



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ESCUELA DE INGENIERIA EN FINANZAS Y COMERCIO
EXTERIOR**

TESIS DE GRADO

Previo a la obtención del Título de:

INGENIEROS EN COMERCIO EXTERIOR

**“PLAN DE EXPORTACION DE ROSAS ORGANICAS DESDE ECUADOR
HACIA MADRID – ESPAÑA DE LA EMPRESA BIOGARDEN UBICADA EN
LA CIUDAD DE RIOBAMBA PARA EL AÑO 2011.””.**

CARLOS FABIAN CARCHI MEJIA

GLORIA ADRIANA FLORES MORALES

RIOBAMBA – ECUADOR

2011

Certificación

Certifico que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing. Juan Aguilar

Director de Tesis

Ec. Marco Gonzáles

Miembro del Tribunal

Autoría

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de los autores.

Carlos Fabián Carchi Mejía

Gloria Adriana Flores Morales

Agradecimiento

Deseamos expresar nuestro sincero agradecimiento y nuestra gratitud al equipo de Biogarden que colaboraron para el desarrollo de esta investigación.

Agradecemos de manera general a cada uno de los docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, y en especial a nuestro Director de Tesis y Miembros del Tribunal, que durante nuestra vida politécnica nos han impartido sus conocimientos, de tal forma que nos han permitido crecer como profesionales y desenvolvemos en el ámbito laboral con excelencia.

Carlos Fabián Carchi Mejía

Gloria Adriana Flores Morales

Dedicatoria

“A mis padres, mis hermanos, que han sido pilar fundamental de apoyo en mi vida politécnica, que me han permitido lograr con éxito la culminación de mi carrera”.

Fabián

“A Dios, a mi hijo Andrés Emiliano. A mis padres Anita y Carlos, mis hermanos y a toda mi familia quienes me han apoyado en cada una de mis decisiones, y supieron darme la confianza para lograr una meta mas”

Adriana

Índice

Portada	I
Certificación	II
Autoría	III
Agradecimiento	IV
Dedicatoria.....	V
Índice	VI
Índice de Gráficos	XI
Índice de Cuadros.....	XII
Capítulo I	1
1. Generalidades	1
1.1 España.....	1
1.1.1. Gobierno y Política.....	1
1.1.2. Organización territorial	1
1.1.3. Demografía	2
1.1.4. Lenguas	3
1.1.5. Economía.....	3
1.1.6. Moneda y Banca	4
1.1.7. Comercio Exterior	4
1.2 Generalidades de la empresa	4
1.2.1. Identificación de la empresa La empresa Biogarden se encuentra ubicada en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, Parroquia Quimiag en el Sector Río Blanco (Vía Riobamba-Baños).....	7

1.2.2. Estructura organizacional	8
1.2.3. Organigrama de la Empresa Florícola Biogarden	10
1.2.4. Estructura Administrativa	11
1.2.5. Sector al que pertenece.....	12
1.2.6. Principios corporativos.....	14
1.3. Misión de la Empresa.....	15
1.4. Visión de la Empresa	16
1.5. Objetivos de la Empresa	16
Capítulo II	17
2. Análisis Situacional	17
2.1. Factores del Microentorno	17
2.1.1. Clientes.....	17
2.1.2. Competidores	18
2.1.3. Proveedores	20
2.1.4 Recursos Humanos	20
2.2. Factores del Macroentorno	21
2.2.1. Factores Externos Económicos	22
2.2.2. Factores Externos Sociales	24
2.2.3. Factor Externo Político-Legal.....	25
2.2.4. Factores Externos Tecnológicos.....	25
2.3. Matriz de Prioridades	26
2.3.1. Factores Económicos.....	26
2.3.2. Factores Sociales	28
2.3.3. Factores Políticos	29
2.3.4. Factores Tecnológicos	30

2.4 Matriz de Perfiles Estratégicos Externos.....	31
Capítulo III	33
3. Propuesta.....	33
3.1. Estudio Técnico.....	33
3.1.1. Proceso Productivo.....	33
3.1.1.1. El Cultivo.....	33
3.1.1.2. Preparación del Terreno	34
3.1.1.3. Iluminación.....	34
3.1.1.4. Construcción de Drenajes.....	35
3.1.1.5. Trazado de Camas	35
3.1.1.6. Importancia de los Invernaderos.....	36
3.1.1.7. Temperatura	36
3.1.1.8. Siembra.....	37
3.1.1.8.1. Procedimiento de siembra	37
3.1.1.8.2. Formación de Plantas	38
3.1.1.8.3. Agobio.....	38
3.1.1.8.4. De – shooting.....	39
3.1.1.8.5. Despetales	39
3.1.1.8.6. Des botón.....	39
3.1.1.8.7. Descabezar.....	39
3.1.1.8.8. Deschuponado	40
3.1.1.8.9. Fertilización y Abonamiento	40
3.1.1.8.9. Abonos Orgánicos.....	41
3.1.1.9. Podas.....	42
3.1.1.10. Riego.....	42

3.1.1.11. Cosecha.....	42
3.1.1.12. Post cosecha	43
3.1.1.13. Control biológico en post-cosecha	43
3.1.1.14. Labores Culturales	44
3.1.2. Productos de la Empresa Biogarden	44
3.2. Estudio de Mercado	46
3.2.1 Análisis de la Comercialización.....	46
3.2.1.1. Elección de la Empresa Contraparte	48
3.2.2. Propuesta Mercadológica	49
3.3. Plan de Exportación	52
3.3.1. Esquema Básico de Exportación	53
3.3.2. Requisitos y documentos para exportar.....	54
3.3.2.1. Registro como exportador.....	54
3.3.2.2. Documentos para exportar:.....	54
3.3.2.3. Certificados	58
3.3.2.3.1 Certificados Sanitarios	58
3.3.2.3.2 Certificado de Origen	59
3.3.2.3.3. Certificados de Calidad	60
3.3. Documentos a presentar por Biogarden	61
3.3.2.4. Trámites De Exportación.....	61
3.3.2.5. Regímenes aduaneros.....	64
3.3.3. Elección de la Forma de Pago	65
3.4. Estudio Financiero	74
Capítulo IV	89
4. Conclusiones y Recomendaciones	89

4.1. Conclusiones.....	89
4.2 Recomendaciones	90
Resumen	91
Summary	91
Bibliografía.....	93
ANEXOS.....	94

Índice de Gráficos

Nº	Título	Página
1.	Organización Territorial	2
2.	Mapa Físico de la Provincia de Chimborazo	7
3.	Mapa Cantón Penipe	8
4.	Organigrama de la Empresa Florícola Biogarden	10
5.	Canales de Distribución	51
6.	Esquema Básico de Exportación	53
7.	Certificado de Origen	60
8.	Punto de Equilibrio	86

Índice de Cuadros

Nº	Título	Página
1.	Principales Competidores	18
2.	Matriz de Prioridades Factores Económicos	26
3.	Matriz de Prioridades Factores Sociales	28
4.	Matriz de Prioridades Factores Políticos	29
5.	Matriz de Prioridades Factores Tecnológicos	30
6.	Matriz de Perfiles Estratégicos Externos.	31
7.	Fertilización y Abonamiento	40
8.	Parámetros de Negociación	48
9.	Tramites Complementarios: Certificados No Exigibles	63
10.	Resumen de los Incoterms	73

Capítulo I

1. Generalidades

1.1 España

España, también denominado Reino de España, es un país soberano, miembro de la Unión Europea, constituido en estado social y democrático de derecho y cuya forma de gobierno es la monarquía parlamentaria. Su territorio, con capital en Madrid, ocupa la mayor parte de la península Ibérica.

1.1.1. Gobierno y Política

España es una monarquía parlamentaria, con un monarca hereditario que ejerce como Jefe de Estado —el Rey de España—, y un parlamento bicameral, las Cortes Generales.

El poder ejecutivo lo forma un Consejo de Ministros presidido por el Presidente del Gobierno, que ejerce como Jefe de Gobierno. Es el monarca quien propone al Presidente del Gobierno tras las elecciones generales y quien lo mantiene en el cargo mientras conserve la confianza del Congreso de los Diputados.

1.1.2. Organización territorial

España es una nación organizada territorialmente en diecisiete comunidades autónomas y dos ciudades autónomas. El Título VIII de la constitución establece la organización territorial del Estado en municipios, provincias y comunidades autónomas, éstas con competencias para gestionar sus propios intereses con un amplio nivel de autonomía, poderes legislativos, presupuestarios, administrativos y ejecutivos en las competencias exclusivas que el Estado les garantiza a través de la Constitución y de cada Estatuto de autonomía. Aunque Navarra no se constituyó propiamente en Comunidad Autónoma, siendo

una Comunidad Foral, y no habiendo desarrollado un Estatuto de Autonomía, sino articulando un amejoramiento de sus fueros tradicionales, es considerada comunidad autónoma a todos los efectos, según la interpretación del Tribunal Constitucional.

Grafico N°1

Organización Territorial



1.1.3. Demografía

El INE estimaba en 46.951.532 habitantes la población a 1 de enero de 2010, mientras que la población real el 1 de enero de 2009 era de 46.745.807 habitantes.⁵⁰ 2 Del conjunto de población estimada, 41.242.592 eran de nacionalidad española, y 5.708.940 extranjeros, lo que representaba un 12,2%. La densidad de población, de 91,13 hab/km², es menor que la de la mayoría de otros países de Europa Occidental y su distribución a lo largo del territorio es muy irregular: las zonas más densamente pobladas se concentran en la costa, el valle del Guadalquivir (y en menor medida del Ebro) y la zona del área metropolitana de Madrid, mientras que el resto del interior se encuentra muy débilmente ocupado.

1.1.4. Lenguas

El idioma oficial y el más hablado en el conjunto de España, por un 99% de la población, es el español, lengua materna del 89% de los españoles, que puede recibir la denominación alternativa de castellano. La estimación del número de hablantes en todo el mundo va desde los 450⁵⁷ a los 500 millones de personas, siendo la segunda lengua materna más hablada tras el chino mandarín.

1.1.5. Economía

De acuerdo al FMI España es actualmente la novena potencia económica mundial, 70 pero ha llegado a ser la octava, 71 e incluso la séptima⁷² según el PIB nominal. Tradicionalmente España ha sido un país agrícola y aún es uno de los mayores productores de Europa occidental, pero desde mediados de la década de 1950 el crecimiento industrial fue rápido y pronto alcanzó un mayor peso que la agricultura en la economía del país. Una serie de planes de desarrollo, que se iniciaron en 1964, ayudaron a expandir la economía, pero a finales de la década de 1970 comenzó un periodo de recesión económica a causa de la subida de los precios del petróleo, y un aumento de las importaciones con la llegada de la democracia y la apertura de fronteras. Con posterioridad, se incrementó el desarrollo de las industrias del acero, astilleros, textiles y mineras. En la actualidad, la terciarización de la economía y de la sociedad española queda clara tanto en el producto interior bruto (contribución en 2005: un 67%) como en la tasa de empleo por sectores (65%). Los ingresos obtenidos por el turismo permiten equilibrar la balanza de pagos. Desde que España ingresó como miembro de pleno derecho en la Unión Europea las políticas económicas han evolucionado en función de esta gran organización supranacional.

1.1.6. Moneda y Banca

La unidad monetaria es el euro y se emite por el Banco de España, en coordinación con el Banco Central Europeo. Desde el 1 de enero de 1999, el euro se vinculó al valor de la peseta, con un cambio fijo de 166,386 pesetas por euro. El 1 de enero de 2002, se introdujeron los billetes y monedas de euro, y el 28 de febrero del mismo año, la peseta dejó de circular, siendo el euro la única moneda de curso legal, aunque los ciudadanos en posesión de pesetas siempre podrán cambiarlas por euros en el Banco de España.

1.1.7. Comercio Exterior

En 2003 España importó productos por valor de 210.860 millones de dólares y las exportaciones ascendieron a 158.213 millones de dólares con lo cual España importa más de lo que exporta. Entre las principales importaciones se encontraban combustibles minerales y lubricantes, maquinaria y equipos de transporte, crudo, productos manufacturados, alimentos, animales vivos y productos químicos. Los principales productos exportados son: maquinaria y equipos de transporte, alimentos y animales vivos, vehículos de motor, hierro y acero, textiles y artículos de confección. Los principales intercambios comerciales de España tienen lugar con los demás países de la Unión Europea (destacando Francia, Alemania, Italia, Reino Unido, los países del Benelux y Portugal), Estados Unidos y Japón. Los ingresos por turismo, que en 2004 ascendieron a unos 37.250 millones de euros, ayudan a compensar el déficit de la balanza comercial española; el número de personas que visitaron el país en ese mismo año fue de unos 85 millones.

1.2 Generalidades de la empresa

Biogarden es una hacienda tradicional en la sierra ecuatoriana, ubicada cerca de la ciudad de Riobamba, a 200 km al sur de Quito. La

proximidad de la granja a la montaña más alta de Ecuador (Chimborazo) y la ubicación en el centro del mundo (Línea Ecuatorial) se dan las condiciones naturales más favorables para producir la más alta calidad de flores orgánicas. La finca consta de 200 hectáreas de tierra, utilizado para los productos lácteos, la papa, la agricultura y la flor. Diez hectáreas se utilizan para la producción de flores, siete hectáreas de rosas, uno y medio de hectáreas de lirios cala, y uno y medio de hectáreas de Agapanthus. Dos hectáreas de rosas con certificación orgánica, con tres hectáreas más debido a la certificación a principios de 2004.

El presidente ejecutivo de Biogarden La Pampa es el Dr. Hernán Chiriboga, quien también fue presidente de Expoflores, flores de Ecuador asociación de exportadores en el periodo 2000-2004.

Biogarden utiliza un cuidadoso proceso para atender a las rosas orgánicas de la granja. Todas las rosas son cultivadas en invernaderos, donde se mantiene el clima de 20 grados centígrados, con una humedad del 70 por ciento, un entorno ideal para la producción de rosas además el cultivo de manzanilla orgánica, ajo, ají, y el bicarbonato de sodio son usados como pesticidas naturales (la granja no ha sido rociado con los pesticidas etiqueta roja). Los insectos beneficiosos como las avispas se liberan en el invernadero para combatir el pulgón, la creación de un equilibrio natural y la eliminación de la necesidad de rociar insecticidas tóxicos, humus de lombriz, estiércol, compost y flores se utilizan como fertilizantes naturales.

Una vez recolectadas, las rosas orgánicas son clasificadas, y envasados a mano, y se mantienen en las instalaciones de refrigeración después de la cosecha para mantener su frescura. Desde estas instalaciones, las rosas orgánicas son enviadas a centros de distribución Orgánica en los EE.UU.

El producto terminado es empacado en cajas especiales y transportado hacia el aeropuerto en furgones refrigerados, equipados con Termoking, el mismo que es enviado al exterior en donde receptan los clientes en cada uno de sus países.

La plantación y su producción puede verse afectada por eventualidades, como el clima, la ceniza volcánica (volcán Tungurahua situado muy cerca de la plantación), sequía, etc. Los sistemas de irrigación y de fertilización son completamente automatizados, proporcionando hidratación y fertilización uniforme en cada una de las áreas de los invernaderos. Cuenta con su propia planta de purificación de agua, con el fin de obtener rosas con el agua más pura posible, factor que incide notablemente en el producto final, la Rosa. La empresa cumple con todas las normas ecológicas aprobadas con asociaciones internacionales para las sustancias químicas que utiliza en el proceso productivo. Todos los procedimientos de fumigación están basados en las normas estrictas de seguridad para salvaguardar tanto la salud de los trabajadores como del medio ambiente.

Las oficinas de venta y comercialización se encuentran ubicadas en la ciudad de Quito, en la Av. De los Shyris y el Telégrafo, lugar en el cual trabajan alrededor de 15 personas encargándose de los temas administrativos de la empresa como son contabilidad, ventas, adquisiciones, sistemas entre otros. En lo referente a las finca trabajan alrededor de 140 personas en cada una; desempeñándose en áreas como son producción, post cosecha, transporte entre otras.

Biogarden apunta al crecimiento de las rosas, a la calidad más alta, utilizando métodos naturales orgánicos. Biogarden es la primera plantación comercial en América del Sur para obtener el certificado de 100% de las flores cultivadas orgánicamente. Mientras que 3.5 acres de

1.2.1. Identificación de la empresaLa empresa Biogarden se encuentra ubicada en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, Parroquia Quimiag en el Sector Río Blanco (Vía Riobamba-Baños).

Mapa Físico de la Provincia de Chimborazo



Grafico N° 3

Mapa Cantón Penípe



1.2.2. Estructura organizacional

Constitución: La empresa florícola BIOGARDEN, se encuentra legalmente constituida, dentro de las disposiciones de la Superintendencia de Compañías, la cual ejerce actividades de producción, comercialización, distribución y exportación de rosas.

Estructura: Para que una estructura orgánica sea efectiva requiere un ordenamiento jerárquico que especifique en la organización lo que cada uno debe ejecutar en la misma. Por ello la funcionalidad de ésta, recae en la buena estructuración del organigrama, el cual indica la línea de autoridad y responsabilidad, así como también los canales de comunicación y supervisión que acoplan las diversas partes de un componente organizacional. Sobre su concepto, existen diferentes opiniones, pero todas muy coincidentes. Estas definiciones, arrancan de las concepciones de Henri Fayol. Por ejemplo, un autor define el organigrama de la manera siguiente:

“Un organigrama es un cuadro sintético que indica los aspectos importantes de una estructura de organización, incluyendo las principales funciones y sus relaciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada empleado encargado de su función respectiva.”¹

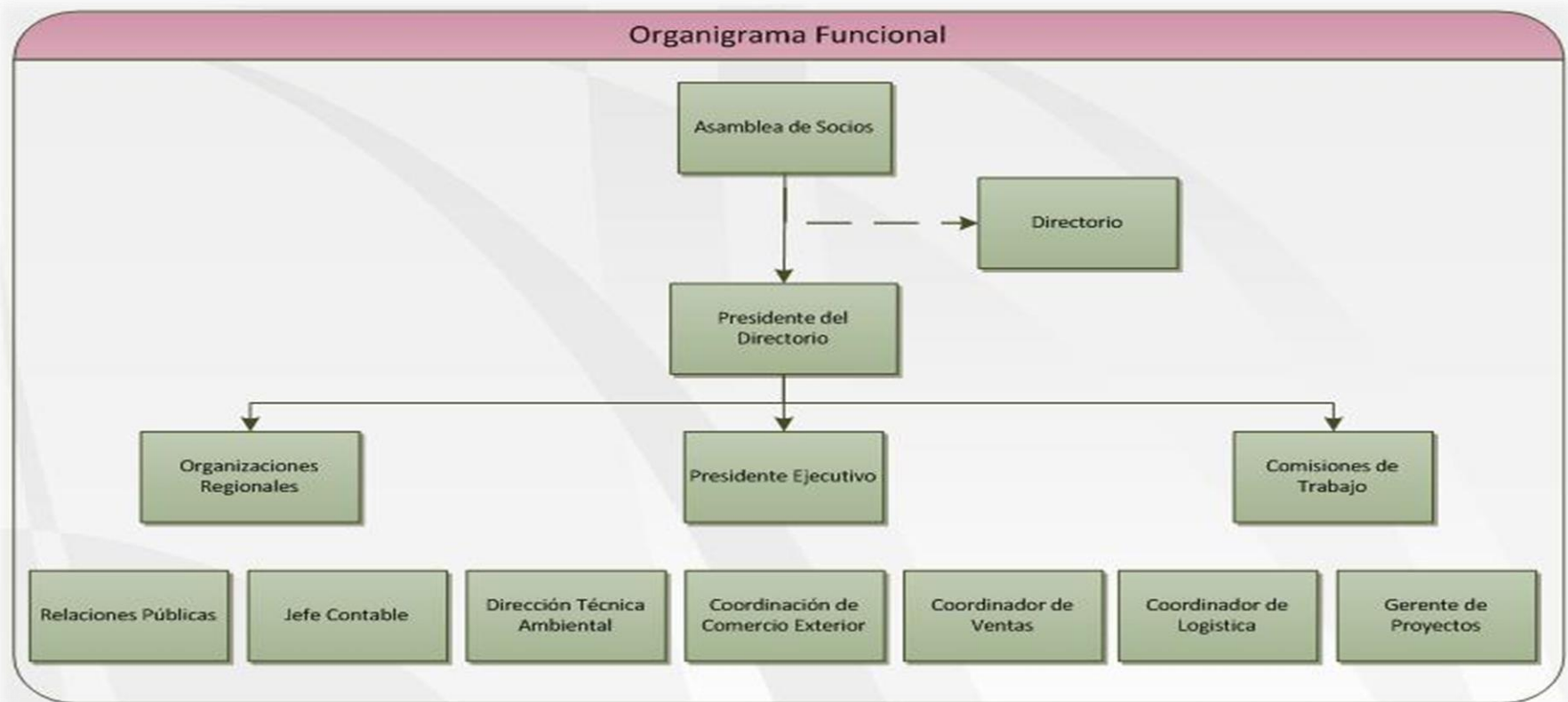
La empresa BIOGARDEN, se encuentra bien estructurado, y las tareas asignadas corresponden a las actividades realizadas en cada uno de los departamentos.

¹TERRY, George, PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION, México, 1961, Pag. 385

1.2.3. Organigrama de la Empresa Florícola Biogarden

Gráfico N° 4

Organigrama de la Empresa Florícola Biogarden



1.2.4. Estructura Administrativa

Asamblea de Socios

La asamblea de Socios es el órgano supremo de la asociación. Integrada por todos los socios, adopta sus acuerdos por mayoría y cuando menos ha de ser convocada una vez al año, para la aprobación de las cuentas y el presupuesto de la asociación.

Directorio

Directorio, formado por cinco miembros quienes son los encargados de recibir las peticiones, y soluciones de la Asamblea de Socios.

Presidente del Directorio

La máxima autoridad de la empresa es el Directorio, integrado por el presidente y cinco directores. Su función es desempeñar un papel fundamental en el organigrama de dirección y administración de la entidad.

Relaciones Públicas

Relaciones públicas, función directiva que crea, desarrolla y pone en práctica políticas y programas destinados a influenciar a la opinión pública o estimular la reacción pública respecto a una idea, un producto o una organización.

Jefe Contable

Persona encargada de presentar la información al Presidente y a la Asamblea de Socios cuando ellos así lo requirieren, controlar el adecuado manejo de los recursos, y pago oportuno a los proveedores.

Coordinador Comercio Exterior

Encargado del mercado internacional, permitiendo una mejor relación entre los países, medir las fortalezas de nuestra empresa. Abrir nuevos mercados permitiendo así la introducción de nuestro producto.

Coordinador de Ventas

Cubrir oportunamente los pedidos internacionales garantizando la calidad del producto. Así también el cobro oportuno a nuestros clientes.

Programa Ambiental

Es el encargado de cuidar los procedimientos para la obtención del producto final de manera que los insumos utilizados no afecten a la capa de ozono, y si lo hacen contrarrestarlos.

Programa Erradicación del Trabajo Infantil

Programa que busca eliminar a todos los menores de edad que desean trabajar en la organización, ya que uno de nuestros principios es respetar y defender los derechos de los niños.

1.2.5. Sector al que pertenece

El sector florícola ecuatoriano es uno de los sectores exportadores que solventa de divisas al Ecuador. Con una tasa de crecimiento del 11.00% en valores económicos y 4.00% en toneladas, las flores son consideradas el primer producto no tradicional de exportación y el cuarto en importancia por los ingresos generados, contribuyendo en promedio al 50.70% de las exportaciones no petroleras, según datos estadísticos de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI); se estima que alrededor de 70,000 personas laboran de forma directa e indirecta, especialmente en el sector rural; las provincias con mayor predominio en crecimiento productivo de flores son Pichincha, Cotopaxi y Azuay. A nivel mundial se ha consolidado

principalmente en el mercado norteamericano y en menor escala en Europa.

Las flores ecuatorianas se encuentran entre las mejores del mundo por su calidad y belleza excepcionales. La situación geográfica del país ha permitido contar con microclimas y una atractiva luminosidad que proporcionan características únicas a las flores como son: tallos gruesos, largos y totalmente verticales, botones grandes y colores sumamente vivos y con mayor durabilidad. Tanto en flores de verano como en rosas, el Ecuador es poseedor de varios premios internacionales. La rosa ecuatoriana es calificada por el mercado mundial como la de mejor calidad, además es el mayor productor de rosas del mundo con aproximadamente 3,000 hectáreas cultivadas, por encima de Colombia, Kenia y Etiopía²

El Ecuador es el mayor productor del mundo en las variedades de Gypsophila, Liatris e Hipericum, las cuales son tipos de flor de verano cuyas variedades también se crean genéticamente en el país. La Región Costa presenta condiciones climáticas ideales para todos estos cultivos.

En la actualidad, gracias a la extensión del acuerdo ATPDEA (Ley de Preferencias Andinas y Erradicación de Drogas de los Estados Unidos), la exportación de flores no paga ningún arancel para ingresar a EEUU, por lo que un acuerdo de libre comercio se constituye en una necesidad inherente para el desarrollo del sector florícola nacional.

²<http://www.eluniverso.com/2010/09/05/1/1382/ecuador-experimenta-nuevo-mercado-rosas-comestibles.html>.

1.2.6. Principios corporativos.

Importancia Máxima al Cliente: Fomentar una cultura de excelencia en servicio al cliente, respondiendo de manera ágil y rápida a sus necesidades y expectativas. Las actividades de la empresa están orientadas hacia la satisfacción de las necesidades de los consumidores ofreciéndoles productos de alta calidad y competitividad.

Libertad Individual y Comunicación: Es importante el empleado como persona a quien se respeta su dignidad, estimula su iniciativa y creatividad y se reconocen los méritos y aportes. La empresa cuenta con líneas abiertas de comunicación, las áreas trabajan y colaboran entre sí, las diferencias se resuelven mediante el diálogo abierto, directo y sincero.

Calidad: Se ofertan productos de alta calidad que permiten la permanencia y el crecimiento de la empresa, logrando óptimos niveles de eficiencia y eficacia alcanzando altos niveles de productividad que aseguran el desarrollo y cumplimiento de las obligaciones con el personal y los clientes.

Ambiente de trabajo: Se brinda un excelente ambiente de trabajo, promoviendo el bienestar y desarrollo de todos los empleados, el respeto por cada individuo, el trabajo en equipo y apoyo mutuo, logrando que todos los empleados tengan un óptimo desempeño.

VALORES

Los valores son los cimientos de toda cultura humana y por tanto de toda cultura organizacional. Éstos conforman los principios éticos y el soporte filosófico del ser y quehacer de la empresa, mismos que permitirán de manera óptima el logro de los objetivos de productividad, calidad, compromiso y satisfacción de su personal y de sus clientes.

Excelencia: Se busca desarrollar rosas con óptima calidad desde el principio, para satisfacer y superar las expectativas de los clientes, generando un ambiente de fidelidad y confianza mutua.

Compromiso: Todos los miembros se identifiquen con los principios y filosofías de la empresa, entregando lo mejor de sí mismos y asumiendo enteramente las responsabilidades que les corresponden para con la empresa, los clientes y con ellos mismos.

Confianza: Generar un sentimiento de credibilidad frente a los clientes, proveedores y empleados, alcanzando una relación más estrecha y duradera, en un clima de confianza mutua y valores compartidos.

Honestidad: Desarrollar las actividades con transparencia, de tal manera que se generen relaciones mutuamente confiables con los clientes tanto internos como externos.

Puntualidad: Los clientes se merecen una atención rápida, amable y personalizada, de tal manera que todos sus requerimientos serán atendidos de manera oportuna.

1.3. Misión de la Empresa

Somos una empresa productora de rosas de la mejor calidad y con certificación orgánica 100%, enfocados siempre en mantener el equilibrio con el medio ambiente y la sociedad que nos rodea; manejando un adecuado sistema de utilización de materia, donde no existen desperdicios. Con el fin de exportar rosas orgánicas de la mejor calidad para mercados internacionales, para mostrar la calidad del producto Ecuatoriano al mundo.

1.4. Visión de la Empresa

Ser una empresa reconocida a nivel mundial por ser la primera finca 100% orgánica, además de mantener siempre la mejor calidad de rosas de exportación, beneficiando siempre al medio ambiente, manteniendo sana y productiva a la sociedad que nos rodea. Debemos mantener procesos únicos e innovadores para manejar rosas exportables de gran calidad para así crear puestos de trabajo y ayudar al progreso de la región.

1.5. Objetivos de la Empresa

- Ser reconocidos por tener las mejores rosas orgánicas del mundo.
- Ser la empresa más grande de la provincia de Chimborazo.
- Ayudar al progreso de la región creando puestos de trabajo.
- Mantener el equilibrio con el medio ambiente.

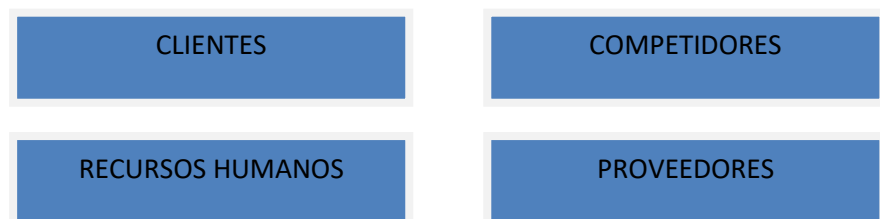
Capítulo II

2. Análisis Situacional

2.1. Factores del Microentorno

El análisis del Microentorno pretende obtener una evaluación actual de la empresa ya que permite reconocer las oportunidades y amenazas que ésta posee dentro de su entorno, las mismas que permitirán emprender las acciones para mejorar la situación de la empresa.

Las variables a considerar son las siguientes:



2.1.1. Clientes

Biogarden es una empresa de gran desempeño, los clientes han confiado tanto en la empresa como los productos, especialmente el mercado de Estados Unidos, la mayor parte de las negociaciones se hacen mediante correo electrónico sin dejar a un lado las llamadas telefónicas y las visitas personales. Los clientes han quedado satisfechos con el producto y con el trato brindado por parte de la empresa, lo que hace que la misma sea cada vez mas reconocida nacional e internacionalmente. En Biogarden se toma muy en cuenta las políticas ambientales para la producción especialmente la reforestación se da ya que se siembra árboles de eucalipto alrededor de las naves (invernaderos) para evitar que el viento rompa los plásticos.

2.1.2. Competidores

El mercado florícola es muy amplio en el Ecuador, gracias a su ubicación geográfica es privilegiado al contar con una gran variedad de flores dentro de su territorio , las mismas que son sumamente cotizadas en el mercado exterior, por su gran belleza. Debido a que las empresas florícolas cada día son más en el mercado, la empresa siempre tiene que estar innovándose para poder competir con los nuevos rivales en el mercado y no permitir que el espacio establecido en el mercado sea arrebatado por estos. Es por esto que la empresa siempre se estará renovando e innovando para ofrecer a nuestros clientes una flor de calidad.

Entre los principales competidores dentro del país se encuentran:

Cuadro N° 1
Principales Competidores

NOMBRE DE LA EMPRESA	TIPO DE CULTIVO
AAASACORPORATION S.A	ROSAS
AGRICOLA CUESTA MIÑO	FLORES DE VERANO
AGRICOLA LANDWORK CIA LTDA	CLAVELES
ASTROFLORES CIA LTDA	ALSTROMELIAS
CLAVELES DE LA MONTAÑA	CLAVELES
COSMOAGRO S.A	FLORES TROPICALES

CHARLESFLOWERS S.A	ROSAS
ECOROSSES CIA LTDA	ROSAS
ECUANDROS S.A	ROSAS
EL ROSEDAL	ROSAS
EMPAGRI CIA LTDA	ROSAS
EXFLODEC S.A	ROSAS
FLORAL WORDL S.A	ROSAS
FLORECAL S.A	ROSAS
FLOR RIVER S.A	ROSAS
FLORASA S.A	ROSAS
GOLDEN ROSES CORP	ROSAS
GYPSO S.A	GYPSO , LIATRIS , GIRASOL
GYPSOPHILIA DE LA MONTAÑA	GYPSOPHILIA
HOJA VERDE S.A	ROSAS
ILINIZA FLOWERS	CLAVELES Y MINICLAVELES
INFLOREX GROUP	ROSAS
LATINFLORE	GYPSOPHILIA
JUMBO ROSES CIA LTDA	ROSAS

LEE& BONITA FLOWERS CIA LTDA	ROSAS
SALIMOPOLIS S.A	FLORES Y FOLLAJES TROPICALES
PANORAMA ROSES	ROSAS
PYNGAFLOR S.A	ROSAS
PREMIUN QUALITY ROSES	ROSAS
QUEEN FLOWERS CIA LTDA	ROSAS
ROMAVERDE	ROSAS
TAMBOROSES S.A	ROSAS
VEGAFLOR	ROSAS
VERDILLANO	ROSAS

Elaborado por: Fabián Carchi / Adriana Flores

Fuente: EXPOFLORES

2.1.3. Proveedores

La empresa tiene una relación estable con los proveedores debido a que han venido trabajando durante mucho tiempo, por lo que la relación con los proveedores se la puede tomar como una fortaleza para la empresa.

2.1.4 Recursos Humanos

En lo que se refiere al área de recursos humanos se la ha considerado una fortaleza ya que existe un buen ambiente de trabajo, los empleados

han adquirido habilidad en lo que refiere a realizar su trabajo, además de que la empresa incentiva y paga sus sueldos cumplidamente.

2.2. Factores del Macroentorno

Al identificar el Macroentorno o medio ambiente general estudiaremos las fuerzas que no se puede controlar, es decir que están fuera del alcance de la empresa y en lo que ella no tiene ningún grado de intervención, básicamente consideraremos cuatro aspectos que son los siguientes:

- Factor Económico.
- Factor Social.
- Factor Político - Legal.
- Factor Tecnológico.

A continuación se presenta una matriz de factores externos, los cuales representan la situación actual, en el que se desenvolverá la empresa y además se indica los implicados en cada factor.

2.2.1. Factores Externos Económicos

Factor: Recesión Económica. **E.1**

Fase del ciclo económico caracterizado por una contracción en las actividades económicas de consecuencias negativas.

Comportamiento.- Después de un periodo recesivo a nivel mundial, a la misma se la esta dejando atrás, de todas formas se la debe tener en cuenta debido a los factores ambientales – naturales que pueden afectar drástica y desprevénidamente

Impacto en la Empresa.- El impacto es directo, ya que por la recesión no se pueden hacer grandes inversiones tranquilamente, hasta que la situación económica sea confiable y segura

Factor: Inflación. **E.2**

Describe una disminución del valor del dinero en relación a la cantidad de bienes y servicios que se pueden comprar con el mismo.

Comportamiento.- Su comportamiento se ha mantenido estable, con una leve tendencia a la baja respecto al trimestre del año anterior (2010), la inflación se encuentra en el 3.17%

Impacto en la Empresa.- Ya que tiene un valor estable no existe afectación, pero se la debe tener en cuenta debido a que la misma muestra como pierde poder adquisitivo el dinero.

Factor: Impuestos. **E.3**

Son las contribuciones obligatorias establecidas en la Ley.

Comportamiento.- El comportamiento de esta variable ha sido estable en lo que se refiere al IVA, y en lo que respecta al impuesto a la renta existe una reducción progresiva de la tarifa en los siguientes términos:

Durante el ejercicio fiscal 2011, la tarifa impositiva será del 24%, Durante el ejercicio fiscal 2012, la tarifa impositiva, será del 23%. A partir del ejercicio fiscal 2013, en adelante, la tarifa impositiva será del 22%

Impacto en la Empresa.- Afecta directamente y beneficiosamente, ya que la empresa pagara menos impuestos a la renta durante los siguientes periodos.

Factor:Tasa Activa Referencial.**E.4**

Es el promedio ponderado semanal de las tasas de operaciones de crédito de entre 84 y 91 días, otorgadas por todos los bancos privados, al sector corporativo.

Comportamiento.- Esta tasa mantiene un comportamiento estable en relación a otros indicadores, el mismo se ha mantenido por largo tiempo entre 8.25% y 9.26%

Impacto en la Empresa.- Repercute directamente ya que las mismas son las que permitirán a la empresa elaborar planes de inversión y proyectos de ampliación con mayor precisión.

Factor:Riesgo país. **E.5**

Hace referencia a la situación tanto política como económica de un país.

Comportamiento.- El riesgo país ha ido tomando una tendencia a la baja en los últimos meses, esta variable debe ser considerada ya que puede variar repentinamente.

Impacto en la Empresa.- Aunque no afecta de manera significativa, ya que la empresa no necesitara la inversión extranjera, hay que tomarlo en cuenta desde el punto que es una debilidad a nivel general.

Factor:Comportamiento del dólar a nivel mundial.**E.6**

Se refiere a con qué frecuencia se utiliza esta moneda para transacciones sean internacionales o nacionales.

Comportamiento.- El dólar es una moneda fuerte, ya que la economía estadounidense por ser fuerte la respalda de buena manera, de todas formas se debe tener en cuenta el cambio con el Euro que en los últimos periodos le ha venido ganado espacio al mismo.

Impacto en la Empresa.- Afecta directamente a la actividad exportadora ya que el tipo de cambio es variable, por lo que se deberán tomar las precauciones necesarias.

2.2.2. Factores Externos Sociales

Factor:Migración Interna.**S.1**

Traslado de personas de un lugar a otro para residir en el.

Comportamiento.-Existe una amplia tendencia a la migración interna en nuestro país, la gente está saliendo a la ciudad para residir en ella y abandona el campo.

Impacto en la Empresa.-Esta variable no tiene un impacto significativo en lo que se refiere a la actividad exportadora

Factor:Clase Social.**S.2.**

Comportamiento.-Aunque existen esfuerzos por parte del gobierno hay una gran brecha entre las clases sociales, al existir una alta concentración de dinero en manos de unos pocos, y las diferencias con las demás clases son muy amplias.

Impacto en la Empresa.-La variable clases sociales no tiene un impacto determinante en la empresa.

Factor:Desempleo. **S.3.**

Muestra el paro forzoso o desocupación de los asalariados que pueden y quieren trabajar pero no encuentran puesto de trabajo

Comportamiento.-El comportamiento de esta variable en el ultimo semestre ha estado entre 9.1% y 6.1% con tendencia a la baja.

Impacto en la Empresa.-Esta variable tiene un impacto bajo en lo que se refiere al plan de exportación de la empresa.

2.2.3. Factor Externo Político-Legal

Factor:Marco jurídico vigente.**PL.1.**

Son las leyes existentes en lo referente a la constitución de la empresa y permisos para el producto.

Comportamiento.-Existen trámites jurídicos demandados por la ley tanto para la constitución de una empresa, como para la exportación de los productos.

Impacto en la Empresa.-No existe mayor impacto en la empresa, ya que las leyes se aplican a todas las entidades exportadoras y comercializadoras, y son leyes que se deberán seguir obligatoriamente

2.2.4. Factores Externos Tecnológicos

Factor:Telecomunicaciones.**T.1**

Son las compañías que prestan servicios de comunicación necesarios para el funcionamiento de una empresa

Comportamiento.-El comportamiento de esta variable es favorable al existir precios descendentes debido a la fuerte competencia existente en el mercado.

Impacto en la Empresa.-Facilita la comunicación de la empresa con proveedores, clientes e intermediarios.

Factor:Acceso a Internet**T.2**

Se refiere a las facilidades que prestan los proveedores de internet, para obtener el mismo.

Comportamiento.-En la actualidad hay mucha facilidad de tener accesibilidad a internet, lo que permite a la mayoría de empresas utilizar esta herramienta

Impacto en la Empresa.-Impacta de buena manera ya que la búsqueda de empresas que funcionen como contraparte se la realizara a través de este medio.

2.3. Matriz de Prioridades

2.3.1. Factores Económicos

Cuadro Nº 2
Matriz de Prioridades Factores Económicos

PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	Alta	Alta Prioridad E.6.E.3.	Alta Prioridad	Media Prioridad E.5.
	Media	Alta Prioridad E.1.E.4.	Media Prioridad E.2.	Baja Prioridad
	Baja	Media Prioridad	Media Prioridad	Media Prioridad
		Alto	Medio	Bajo
		PROBABILIDAD DE IMPACTO		

Realizado por: Los Autores

E.1 Recesión Económica

E.2 Inflación

E.3 Impuestos

E.4 Tasas Activa Referencial

E.5 Riesgo país

E.6 Comportamiento del dólar a nivel mundial.

Observamos que factores los económicos como los impuestos y el comportamiento de dólar son de alto impacto para la empresa, principalmente debido a que la comercialización se realizará en España, por lo tanto se debe tomar en cuenta el tipo de cambio en lo referente a los impuestos dado que el impuesto a la renta disminuirá, impactara de buena manera en la empresa, por otro lado aunque el riesgo país aunque tiene gran probabilidad de ocurrencia, no tiene un impacto considerable en la empresa; la tasa activa referencial se han mantenido constante, de ahí que su probabilidad de ocurrencia es media, pero se le debe tener en cuenta debido a que tienen un impacto significativo en la empresa si no se maneja bien la deuda, la recesión económica si bien tiene probabilidad de ocurrencia media, impacta altamente en la empresa, por ultimo la inflación, ha mantenido una tendencia a la baja en los últimos tiempos y tendría un impacto medio igual que su probabilidad a que se incremente.

2.3.2. Factores Sociales

Cuadro N° 3

Matriz de Prioridades Factores Sociales

PROBABILIDAD DE OCURENCIA	Alta	Alta Prioridad	Alta Prioridad	Media Prioridad
	Media	Alta Prioridad	Media Prioridad S.2. S.3.	Baja Prioridad S.1.
	Baja	Media Prioridad	Media Prioridad	Media Prioridad
		Alto	Medio	Bajo
		PROBABILIDAD DE IMPACTO		

Realizado por: Los Autores

S.1 Migración Interna

S.2 Clase social

S.3 Desempleo

Dentro de los aspectos sociales podemos observar que los factores considerados tienen una probabilidad de ocurrencia media, aunque con impactos diferentes en la empresa, ya que la migración interna

no tiene un impacto significativo en la empresa la clase social y el desempleo tienen un impacto medio.

2.3.3. Factores Políticos

Cuadro N° 4

Matriz de Prioridades Factores Políticos

<div> <div>PROBABILIDAD</div> <div>DE</div> <div>OCURRENCIA</div> </div>	Alta	Alta Prioridad PL.1.	Alta Prioridad	Media Prioridad
	Media	Alta Prioridad	Media Prioridad	Baja Prioridad
	Baja	Media Prioridad	Media Prioridad	Media Prioridad
		Alto	Medio	Bajo
		PROBABILIDAD DE IMPACTO		

Realizado por: Los Autores

PL.1Marco jurídico vigente

Dentro de lo que se refiere a factores políticos, se ha determinado que el marco jurídico vigente tiene una ocurrencia media y una probabilidad de impacto medio ya que el marco jurídico debe ser estable para que no produzca incertidumbre dentro de lo que se refiere a toma de decisiones en cuanto a aspectos técnicos y legales.

2.3.4. Factores Tecnológicos

CUADRO N° 5

Matriz de Prioridades Factores Tecnológicos

PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	Alta	Alta Prioridad T.1 T.2	Alta Prioridad	Media Prioridad
	Media	Alta Prioridad	Media Prioridad	Baja Prioridad
	Baja	Media Prioridad	Media Prioridad	Media Prioridad
		Alto	Medio	Bajo
		PROBABILIDAD DE IMPACTO		

Realizado por: Los Autores

T.1 Telecomunicaciones

T.2 Acceso a Internet

Ambos factores tienen una probabilidad de ocurrencia alta y un impacto alto de igual manera en la empresa pero beneficioso al abaratar los costos y facilitar el acceso al servicio.

2.4 Matriz de Perfiles Estratégicos Externos.

CUADRO N° 6

Matriz de Perfiles Estratégicos Externos.

	CLASIFICACION DEL IMPACTO				
	AMENAZA		NORMAL	OPORTUNIDAD	
FACTOR	Gran amenaza	Amenaza	N	Oportunidad	Gran oportunidad
Recesión económica.	1				
Inflación.		1			
Impuestos.					1
Tasas Activa				1	
Riesgo país.			1		
Cotización del dólar.		1			
Migración interna.			1		
Clase social.			1		
Desempleo.			1		
Marco jurídico vigente.			1		
Telecomunicaciones					1
Acceso a Internet					1
PORCENTAJE	8%	17%	42%	8%	25%

Realizado por: Los Autores

ANÁLISIS

La matriz de perfiles estratégicos muestra la identificación de los factores reconociendo su impacto en la empresa como una amenaza, una oportunidad o con un impacto normal hacia la misma.

Dentro de la matriz se observa que existe:

Gran amenaza 8%

Amenaza 17%

E 42%

Oportunidad 8%

Gran oportunidad 25%

Por lo tanto se tendrán cuenta estos factores en los demás estudios, de tal manera que el plan se ajuste lo más posible a la realidad actual.

Capítulo III

3. Propuesta

3.1. Estudio Técnico

Dentro del Estudio técnico se describirán los procesos productivos para tener una visión más amplia de la empresa y los procesos que se desarrollan dentro de la misma.

3.1.1. Proceso Productivo

El área de producción de Biogarden constituye la parte mas importante de la misma ya que es ésta de donde se obtiene el producto para su comercialización, este cuenta con una planificación proyectada en periodos semanales , con el fin de obtener datos exacto en periodos de corto, mediano y largo plazo.

Esta área de producción cumple con varias actividades, las cuales son detalladas a continuación:

3.1.1.1. El Cultivo

El cultivo de rosa bajo invernadero consigue producir flor en épocas y lugares en los que de otra forma no sería posible, consiguiendo los mejores precios. Para ello, estos invernaderos deben cumplir unas condiciones mínimas: la transmisión de luz debe ser adecuada, la altura tiene que ser considerable y la ventilación en los meses calurosos debe de ser buena.

Además, es recomendable la calefacción durante el invierno, junto con la instalación de mantas térmicas para la conservación del calor durante la noche.

La preparación del suelo para el cultivo de las rosas debe ser muy cuidadosa tomando en cuenta que es un cultivo que puede durar hasta 8 años en producción. Las rosas requieren un suelo preparado y suelto a una profundidad de 50 cm o más el pH de 5,5 a 7. Excelentes drenajes y el nivel de sales solubles entre 0,8 y 1,2 mmhos / cm².

3.1.1.2. Preparación del Terreno

Es importante saber que la rosa es un cultivo de raíces profundas que llegan a 50 cm de profundidad, el suelo debe ser suelto y debe permanecer estable su estructura para lograr una condición óptima de aire y agua. Se debe tomar en cuenta el tipo de suelo, el uso anterior, la profundidad, el pH, capacidad de disponibilidad de nutrientes.

Es necesario iniciar con una labor de limpieza de arranque del terreno, luego se procede a la preparación y acondicionamiento, es necesario hacer una subsolada mejorada de las propiedades físicas a una profundidad de 50 cm.

Después de la subsolada se realiza la incorporación de las enmiendas correctivas, de acuerdo al tipo de suelo y a los resultados de los análisis de laboratorio.

Las rosas toleran un suelo ácido, aunque el pH debe mantenerse en torno a 6. No toleran elevados niveles de calcio, desarrollándose rápidamente las clorosis debido al exceso de este elemento. Tampoco soportan elevados niveles de sales solubles, recomendándose no superar el 0,15 %.

3.1.1.3. Iluminación

El índice de crecimiento para la mayoría de los cultivares de rosa sigue la curva total de luz a lo largo del año. Así, en los meses de verano, cuando prevalecen elevadas intensidades luminosas y larga duración del día, la producción de flores es más alta que durante los meses de

invierno. No obstante, a pesar de tratarse de una planta de días largos, es necesario el sombreo u oscurecimiento durante el verano e incluso la primavera y el otoño, dependiendo de la climatología del lugar, ya que elevadas intensidades luminosas van acompañadas de un calor intenso. La primera aplicación del oscurecimiento deberá ser ligera, de modo que el cambio de la intensidad luminosa sea progresivo.

Se ha comprobado que en lugares con días nublados y nevadas durante el invierno, podría ser ventajosa la iluminación artificial de las rosas, debido a un aumento de la producción, aunque siempre hay que estudiar los aspectos económicos para determinar la rentabilidad.

3.1.1.4. Construcción de Drenajes

A lo largo de la producción la construcción de drenajes es muy importante ya que se debe conocer la dirección del flujo de las escorrentías y así poder direccionar dichos drenajes, estos pueden consistir en tuberías enterradas, las mismas que son perforadas, o en algunos casos con zanjias empedradas. La tubería enterrada consiste en una red de tubería perforada dispuesta en el suelo para facilitar el aireado y vaciar excesos de agua. Los pequeños drenajes comprenden en líneas paralelas de aproximadamente 1,50 cm de profundidad rellenos de piedra con cascajo para facilitar el drenado, es necesario elaborarlos con pendientes para que el flujo de agua sea normal y el agua no se empoce.

3.1.1.5. Trazado de Camas

Dentro de un invernadero es importante tomar en cuenta el balance entre el área de siembre con el área de caminos. De esta manera se puede lograr la máxima eficiencia de los trabajadores en las labores culturales y además la suficiente movilización del aire dentro del invernadero.

Una vez preparado y desinfectado es necesario nivelar y trazar las camas para armarlas e inicial las siembras respectivas.

La distancia por camas es de 60 cm tienen 30 metros cuadrados, sembradas en dos hileras, cada cama posee aproximadamente 320 plantas por hilera. En una superficie de 7.200 m² pueden existir unas 130 camas, requeribles para trabajar lo más manejable posible, en donde se obtendrá una buena circulación de aire y un notable desarrollo en los procesos de cosecha.

3.1.1.6. Importancia de los Invernaderos

Es importante al trabajar con flores, especialmente con rosas, laborar bajo invernadero cualquiera sea su tipo, es un plástico específico que contiene ciertas peculiaridades contra rayos UV que rechazan los rayos solares que perjudican a la rosa.

3.1.1.7. Temperatura

Para la mayoría de los cultivares de rosa, las temperaturas óptimas de crecimiento son de 17 °C a 25 °C, con una mínima de 15 °C durante la noche y una máxima de 28 °C durante el día. Pueden mantenerse valores ligeramente inferiores o superiores durante períodos relativamente cortos sin que se produzcan serios daños, pero una temperatura nocturna continuamente por debajo de 15 °C retrasa el crecimiento de la planta, produce flores con gran número de pétalos y deformes, en el caso de que abran. Temperaturas excesivamente elevadas también dañan la producción, apareciendo flores más pequeñas de lo normal, con escasos pétalos y de color más pálido.

3.1.1.8. Siembra

Es una labor fundamental y de estricto control ya que las plantas pueden venir con algún tipo de daño incluso contaminación que es necesario revisar y desechar, es necesario tomar la muestra del material recibido para que antes de la siembra el laboratorio detecte algún problema o enfermedad para evitar cualquier contratiempo.

3.1.1.8.1. Procedimiento de siembra

1. El suelo debe estar previamente mojado a capacidad de campo, es decir, que al coger con la mano un poco de tierra y hacer puño y que este no gotee.
2. Se extraen los plásticos de cubrición de las plantas.
3. Se saca con todo cuidado las plantas de las cajas.
4. Se separan las plantas y se colocan en las camas un total de 300
5. Se podan las raíces.
6. Se poda las terminales de la parte aérea solo si estuvieran contaminadas de botrytis.
7. Se inicia a colocar las plantas sobre los orificios premarcados.
8. Se procede a la siembra.
9. Se rectifica siembra que en algunos casos se tapa mucho hasta el punto de injerto y se procede a contar el número de plantas por cama.
10. Se debe cubrir de preferencia en época soleada con un mulch para mantener la humedad relativa y facilitar la brotación de yemas, generalmente es paja; se coloca un techo de sarán para evitar la luz directa.
11. Se riega mediante micro aspersión por lapsos de 15 min cada media hora para evitar que las plantas se deshidraten.
12. Durante las primeras semanas el cuidado es especial hasta lograr su prendimiento.

13. Se colocan las mangueras de riego la segunda semana y se empieza a mandar solamente agua.

14. A los 15 días se fertiliza en mínimas cantidades y se inicia con las aplicaciones de foliares y de un fungicida preventivo de botrytis.

3.1.1.8.2. Formación de Plantas

La formación es uno de los procesos decisivos ya que consiste en formar la estructura de las futuras producciones, la producción de rosas y su respectiva exportación y comercialización representa una alta inversión que requiere de rendimientos altos y además mayor tecnología basada en el manejo del cultivo para obtener mejores resultados.

Las rosas requieren de muchos factores esenciales para la producción y el principal es el de la formación, puesto que es la construcción de la estructura de la planta con la cual se iniciará la producción y comercialización, sin descuidar factores como.

- Manejo
- Nutrición
- Condiciones climáticas
- Suelo
- Sanidad

3.1.1.8.3. Agobio

Consiste en interrumpir la dominancia apical mediante el despunte de los brotes y se procede a doblar el tallo a una 10 cm de la corona y se lo coloca en una posición horizontal bajo el nivel del punto de agobio para evitar que exista algún tipo de dominancia y perdamos fuerza en las futuras brotaciones, el objetivo que se pretende con el agobio es obtener un doble colchón de follaje fotosintético que favorece a los basales en cuanto a vigor y calidad.

3.1.1.8.4. De – shooting

Consiste en eliminar el botón cuando empieza a pintar color igualmente rompemos dominancia apical y se estimula la brotación de yemas axilares y basales, por eso si se requiere evitar el consumo de reservas es necesario semanalmente llevar a cabo el desyemado axilar hasta el piso de corte que le corresponde a cada variedad.

3.1.1.8.5. Despetales

Consiste en dejar que la flor se abra completamente, cuando la flor esta pasada o madura procede a eliminar los pétalos, dejando solamente los órganos sexuales de la flor, este procedimiento tiene ventajas sobre el descabezado de la flor principalmente pasada, ya que no se pierde la dominancia apical y se consigue engrosar y madura los tallos.

3.1.1.8.6. Des botón

Se debe remover los brotes de las yemas inferiores al botón que se van activando durante el crecimiento de cada tallo productivo. Este brote debe ser removido lo más temprano posible con el fin de dejar una mínima cicatriz en el tallo ya que crea un aspecto no deseado en el tallo al momento de la cosecha.

3.1.1.8.7. Descabezar

Básicamente consiste en retirar el botón de un tallo que se encuentra defectuoso para luego ser pinchado de acuerdo a las necesidades. Los parámetros de que es lo que se va a descabezar son determinados con anterioridad y el personal encargado tiene conocimiento de estos. Lo que se descabeza son tallos torcidos, cloróticos, cortos (menos de 40 cm) y enfermos. Esta labor se la hace al mismo tiempo con el des botón una vez a la semana. Se realiza una vez a la semana para evitar que la gente durante la cosecha descabece tallos buenos por equivocación u otras causas.

3.1.1.8.8. Deschuponado

Se retira los brotes del patrón que ha sido injertada la variedad que emergen con cierta regularidad aunque el patrón se encuentre cubierto de tierra. Este brote no sólo causa un mal aspecto sino como su nombre lo dice compite por alimento, agua y luz con la variedad deseada.

3.1.1.8.9. Fertilización y Abonamiento

Actualmente la fertilización se realiza a través de riego, teniendo en cuenta el abonado de fondo aportado, en caso de haberse realizado. Posteriormente también es conveniente controlar los parámetros de pH y conductividad eléctrica de la solución del suelo así como la realización de análisis foliares.

Cuadro N°7
Fertilización y Abonamiento

Macro elementos	Niveles deseables (%)
Nitrógeno	3,00-4,00
Fósforo	0,20-0,30
Potasio	1,80-3,00
Calcio	1,00-1,50
Magnesio	0,25-0,35
Micro elementos	Niveles

	deseables (ppm)
Zinc	15-50
Manganeso	30-250
Hierro	50-150
Cobre	May-15
Boro	30-60

Fuente: BIOGARDEN LA PAMPA

El pH puede regularse con la adición de ácido y teniendo en cuenta la naturaleza de los fertilizantes. Así, por ejemplo, las fuentes de nitrógeno como el nitrato de amonio y el sulfato de amonio, son altamente ácidas, mientras que el nitrato cálcico y el nitrato potásico son abonos de reacción alcalina. Si el pH del suelo tiende a aumentar, la aplicación de sulfato de hierro da buenos resultados. El potasio suele aplicarse como nitrato de potasio, el fósforo como ácido fosfórico o fosfato monopotásico y el magnesio como sulfato de magnesio.

3.1.1.8.9. Abonos Orgánicos

Actualmente los cultivos están obligados a trabajar con abonos orgánicos, esto debido a las exigencias de los mercados especialmente los europeos, ayudan a la empresa a la reducción de costos de producción sin que esto pueda afectar a la flor.

3.1.1.9. Podas

Consiste en cortar a una altura determinada los tallos que se encuentren descabezados, torcidos, cortos menos de 40 cm, cloróticos, ciegos y enfermos a buena yema. Este se lo realiza para abrir producción en cantidades determinadas semanalmente o simplemente se guardan tallos en ese estado y se los poda para una determinada época en especial. Todos estos cortes son contabilizados y enviados a la dirección de producción para determinar futuras producciones.

3.1.1.10. Riego

El riego se lo ejecutara por medio del sistema de goteo el cual se lo realiza tomando en cuenta las necesidades del cultivo y las condiciones climáticas del lugar.

3.1.1.11. Cosecha

Es una labor que se ejecuta todos los días. Consiste en cortar las rosas que se encuentren un determinado punto de corte. Primero, para cada variedad se determina un punto de corte, y se le capacita al personal para que coseche según el punto determinado. La cosecha se lleva a cabo sin agua, pero cada una vez que se completa una caja está es llevada a una tina que contiene una solución de hidratación (agua con cloro a 70 ppm). Luego viene el cochero y lleva las cajas a la postcosecha, siempre con la solución de hidratación.

Cada cosechadora o cosechador pone en todas las cajas un ticket que lleva la siguiente observación: fecha, bloque y variedad. En ciertas variedades es necesario retirar la hoja inmediata inferior para inducir a la brotación de esa yema. Esta práctica se llama desnuque. Los coches de cosecha tienen dos pisos que sirven para diferenciar los tallos largos (60 a 80 cm) y los cortos (40 a 60cm). Esto se lo hace para evitar que las espinas de los tallos largos dañen al botón del tallo corto. También para

evitar el maltrato del botón en algunas variedades se coloca una hoja del papel periódico recubriendo los botones para su protección.

3.1.1.12. Post cosecha

Se recibe la flor procedente de los invernaderos al área de Post cosecha en donde se procede a un lavado previo para eliminar residuos de químicos aplicados. Seguidamente se procede a hidratar la flor, pues como es un producto predecible, de la hidratación dependerá la duración de la misma. Se procede a enviar la flor a un cuarto de pre- enfriamiento a una temperatura aproximada de 4 grados centígrados y una humedad del 80% por un tiempo aproximado de 3 horas. Seguidamente se procede al proceso de selección de la misma tomando en cuenta factores como grosor, tamaño, color, follaje, etc. Seguidamente, se procede a realizar el atado de flores con un número exacto de 25 rosas promedio, dependiendo de los requerimientos de cada cliente y mercado específico. Luego se procede nuevamente a otro proceso de hidratación por un tiempo aproximado de 12 horas, para de ahí pasar al cuarto de enfriamiento.

Después de la labor realizada en la finca, el área de ventas procede a revisar el producto con el que contamos para que al momento de que el cliente necesite un pedido nosotros podamos verificar en el sistema con cuanto producto contamos es decir variedad, cantidad y tamaño del tallo para as proceder a la negociación y al envío correspondiente.

3.1.1.13. Control biológico en post-cosecha

Existen pocos reportes a cerca de la aplicación de control biológico para problemas fitosanitarios en post-cosecha, ya que el estado de sanidad de un producto de post-cosecha es la consecuencia directa de las prácticas empleadas durante el tiempo de permanencia en campo. Además de esto, las condiciones de temperatura baja en esta fase, obligan a utilizar aislamientos tolerantes al frío.

3.1.1.14. Labores Culturales

La limpieza se la realiza para mantener una estética y lo más importante por sanidad ya que se retira todo el material vegetal muerto o enfermo que ha caído en el suelo. Así removemos un foco de infección que en lo posterior nos pueda causar problemas. Al hacer la limpieza primero se bajan hojas muertas o secas de la planta, luego se retiran las hojas que se encuentran entre las plantas. Todo este trabajo se lo realiza manualmente por lo que lleva tiempo y mucha paciencia. Al igual todos los días se barre los caminos principales dentro de los bloques como los entre bloques luego del corte.

Fuera de los bloques se corta los filos del césped una vez al mes y se recoge la hierba esta cantidad depende de la lluvia ya que mientras más llueve más seguido de debe cortar.

3.1.2. Productos de la Empresa Biogarden

Las flores son el reflejo puro de la naturaleza, demuestran su originalidad, colorido y fragancia, características propias de lo innato, real y exquisito; así mismo significan la expresión clásica y profunda de los sentimientos de amor y afecto hacia nuestro prójimo; pero no es solo eso, también representan producción de riquezas, utilización de mano de obra y oferta de un producto sutil hacia mercados externos que generan importantes ingresos de divisas al país.

Clasificación Taxonómica

Clase:	Dicotiledóneas
Subclase:	Arquiclamídeas
Orden:	Rosales
Familia:	Rosácea

- Variedad Cherry Brandy
- Variedad Limbo

3.2. Estudio de Mercado

3.2.1 Análisis de la Comercialización

A través del departamento de Coordinación de Comercio Exterior se pudo obtener la base de los contactos de empresas importadoras en Madrid – España.

Mercaflores Zaragoza Ltda.

Contacto: Sra. Esperanza Cobeta, Gerente Comercial.

Dirección: Austria # 2.960, Zaragoza.

Teléfono: (34) 734 355 834

Fax: (34) 734 355 837

E-mail: ecobeta@mercaflores.es

Flores del Mundo S.A.

Contacto: Sr. Ángel Moya, Import Manager

Dirección: 12 de Octubre #569, Sevilla.

Teléfono: (34) 814 554 213

Fax: (34) 814 554 217

E-mail: amoya@floresdelmundo.es

Distribuidora Mediterránea Fresh Flowers Ltda.

Contacto: Sr. Andrés Cruz, Encargado nuevos negocios.

Dirección: Paseo las Palmas #795, Barcelona.

Teléfono: (34) 937 539 415

Fax: (34) 937 539 417

E-mail: acruz@mediterraneafresh.es

Rosas Rojas Internacional

Contacto: Sra. Mónica Jurado D., Directora.

Dirección: Av. Las Infantas #173, Madrid.

Teléfono: (34) 147 698 379

Fax: (34) 147 698 370

E-mail: mjurado@rosasrojas.es

IberConcept: Flores, Arreglos y Accesorios Ltda.

Contacto: Sr. Iván Insfrán, Gerente General

Dirección: Los Libertadores # 4895, Madrid.

Teléfono: (34) 431 298 387

Fax: (34) 431 298 389

E-mail: compras@iberconcept.es

3.2.1.1. Elección de la Empresa Contraparte

Se contacto con todas la empresas, mismas que estuvieron dispuestas a negociar, a continuación se presentan los términos de negociación expuestos por las mismas

CuadroNº 8

Parámetros de Negociación			
Empresa Factor	Términos de Negociación	Cantidad Mínima Requerida TM	Variedad
Mercaflores Zaragoza Ltda.	CIF	4	Virginia, Freedom
Flores del Mundo S.A.	CIF	4	Freedom , Vendela
Distribuidora Mediterránea Fresh Flowers Ltda.	FOB	1	Freedom, Vendela
Rosas Rojas Internacional	FOB	2	Freedom, Vendela
IberConcept: Flores, Arreglos y Accesorios Ltda.	CIF	3	Virginia, Forever Young, Vendela

La empresa tiene todas las variedades de flores, en lo que se refiere a términos de negociación se elegirá entre las que negocian en términos FOB para librar de responsabilidades en lo que se refiere a la transportación, y el último parámetro es la cantidad requerida, dado que Biogarden solo podría cubrir una cuota de 1 tonelada mensual, por lo tanto se ha escogido a la empresa Distribuidora Mediterránea Fresh Flowers Ltda. como contraparte de la negociación.

3.2.2. Propuesta Mercadológica

Producto.

Las flores seleccionadas para vender son de la variedad Freedom y Vendela, el empaque será un sistema compuesto de algunos elementos como: recipiente, tapa, etiqueta, sello de seguridad y grapas. El empaque es un medio para proteger la mercancía, manteniéndola inmóvil y a la vez proporcionándole amortiguamiento, sin embargo, el manejo de la temperatura puede ser ineficiente si los materiales de relleno bloquean las aberturas de ventilación.

El uso de separadores de cartón en el interior de las cajas aumentará su resistencia al apilado, el uso de separadores es común con productos pesados. La colocación de triángulos de madera o cartón en las cuatro esquinas es especialmente útil cuando la caja necesita refuerzo.

En cuanto a las etiquetas de transporte deben exhibir en parte o en su totalidad esta información:

Nombre común del producto

Peso neto, número y/o volumen

Nombre de la compañía

Nombre y dirección del empacador o transportista

País o región de origen

Tamaño y categoría

Temperatura de almacenamiento recomendada

Instrucciones especiales de manejo

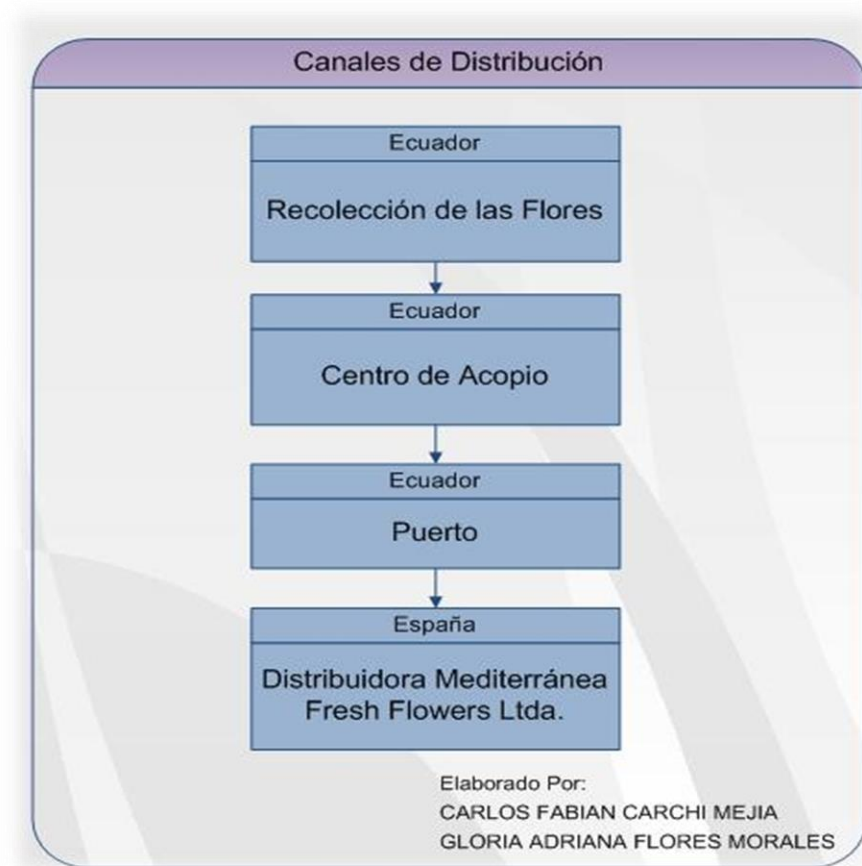
Nombre de insecticidas legales si se han utilizado en el empaque

Canales de Distribución

Es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

A continuación se presenta el canal de distribución que la empresa utilizará para la exportación del producto, que termina en la Distribuidora Mediterránea Fresh Flowers Ltda. debido a que esta es el cliente de la empresa.

Grafico N° 5



Precio

En cuanto al precio, la empresa Contraparte aceptará la negociación siempre y cuando el precio de las flores en el puerto FOB, sea de menor o igual a un Euro. La empresa Biogarden por su parte puede dejar en el puerto las flores en 1.20.

El tipo de Cambio a la fecha 15 de diciembre 2011, es de 1.3012 dólares por cada Euro, por lo tanto, se aplicará una regla de tres para determinar si 1.20 dólares que vale cada bonche esta dentro del parámetro.

Dólares	Euros
1,3012	1
1,2	0,92

Dado que 0.92 es menor a un Euro entonces se podrá realizar la negociación, se debe tener en cuenta el tipo de cambio antes de realizar la transacción.

3.3. Plan de Exportación

El plan de exportación es una descripción, análisis y planificación detallada de las actividades de exportación que la empresa planea desarrollar es una herramienta empresarial muy útil.

Es un plan de acción secuencial que define objetivos, metas, etapas, tiempos, estrategias, responsables y un presupuesto determinado y puede servir como una herramienta de presentación de la empresa hacia el exterior.

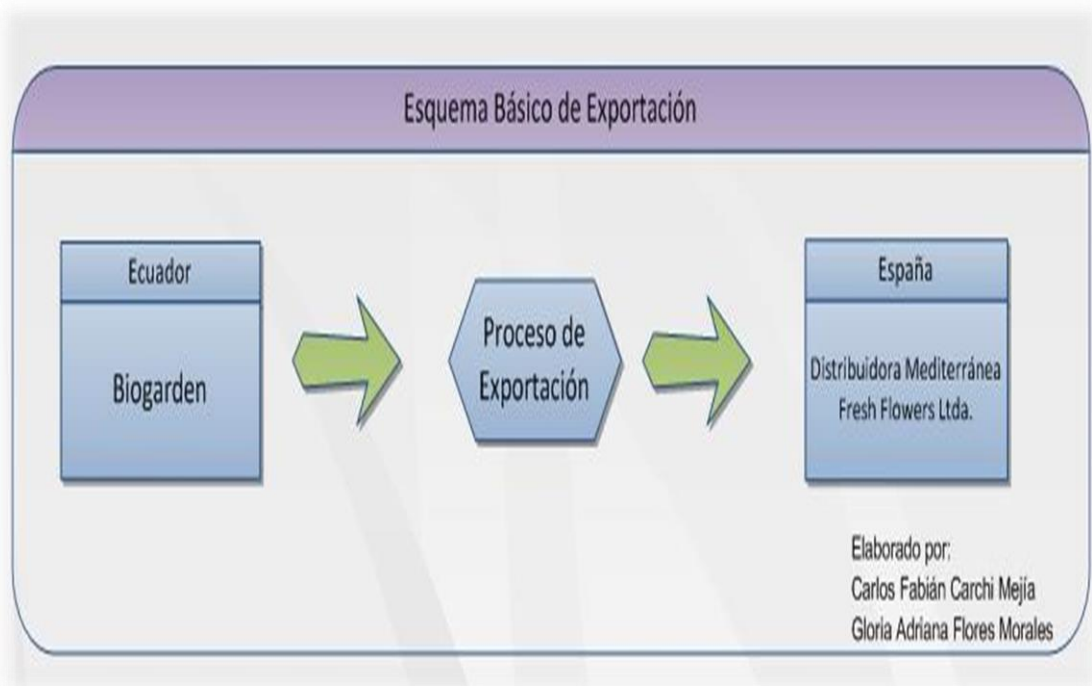
El exportar no sólo significa una cuestión de vender bienes o servicios a un determinado país sino que además es entregar un excelente producto o sea que de una calidad excelente y con una atención adecuada precisa para lograr el éxito deseado.

Se diseñara de forma flexible de tal manera que se puedan generar cambios futuros para adaptarlo a la realidad actual de un momento dado.

3.3.1. Esquema Básico de Exportación

Grafico N° 5

Esquema Básico de Exportación



Se debe tener en cuenta que se realiza una exportación indirecta, debido a que las rosas producidas por Biogarden serán vendidas por la Distribuidora Mediterránea Fresh Flowers Ltda. y la misma añadirá su marca al producto, por lo tanto usará sus propios canales de distribución y todo lo concerniente a lo que refiere a la publicidad.

Vale la pena puntualizar que una exportación directa implicaría la formación de una sucursal en España que venda el producto o la contratación de agentes, distribuidores o minoristas, el cual no es el objetivo de la empresa.

3.3.2. Requisitos y documentos para exportar

3.3.2.1. Registro como exportador

Se lo realiza directamente en el sitio Web de la CAE (www.cae.gov.ec): llenando el formulario electrónico previsto para el caso; la CAE le asigna clave y nombre de usuario

3.3.2.2. Documentos para exportar:

Registro único de contribuyentes (ruc)

Las personas naturales o jurídicas deben tener el RUC debidamente actualizado en el SRI (Servicio de Rentas Internas), estar catalogadas como exportadores en estado activo y con autorizaciones vigentes para: Emitir facturas o comprobantes de venta y guías de remisión

Declaración Única de Exportación o Formulario Único de Exportación (F.U.E.)

Todas las exportaciones deben presentarse en la Declaración Única de Exportación o Formulario Único de Exportación (F.U.E.) y llenarlo según instrucciones contenidas al reverso del referido documento para obtener la aprobación en los bancos correspondientes del Banco Central del Ecuador de la ciudad donde se trasmita la exportación.

Factura Proforma

Generalmente se utilizan hojas con membrete para confeccionarla; la descripción debe ser lo más detallada posible y los datos que debe contener son los siguientes:

- Datos del Exportador
- Nombre,

- Dirección
- Teléfono
- Factura Pro Forma N°
- Fecha y lugar de emisión
- Datos del Importador
- Nombre
- Dirección
- Teléfono
- Cantidad y descripción de la mercadería Precio unitario
Precio total
- Condiciones de entrega, plazo y forma de pago,
incluyendo el Incoterm.
- Plazo de validez.
- Firma del exportador.

Nota: No es imprescindible cumplir con ningún tipo de formalidad establecida por el SRI

Factura Comercial:

Es emitida por el exportador, y contiene:

- Los nombres del Exportador e Importador, con sus respectivas direcciones y datos.
- Los detalles técnicos de la mercadería

- Fecha y lugar de emisión
- La unidad de medida
- Cantidad de unidades que se están facturando
- Precio unitario y total de venta
- Moneda de venta,
- Condición de venta,
- Forma y plazos de pagos,
- Peso bruto y neto,
- Marca,
- Número de bultos que contiene la mercadería y
- Medio de transporte
- Firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

Carta de Porte:

Es el documento más importante en la carga terrestre dado que cumple las mismas funciones que el conocimiento de embarque marítimo, es decir que concede la titularidad de la mercadería al poseedor del mismo; por lo general, este es emitido por la compañía de transporte terrestre, y en el figuran los siguientes datos:

- Exportador.
- Consignatario.
- Importador.

- Lugar y fecha de emisión.
- Detalle de la carga: peso, cantidad, volumen, bultos, descripción.
- Flete, si es pagado o pagadero en destino y monto.
- Ruta y plazo del transporte.
- Marcas y números.
- Aduana de salida del país exportador y aduana de entrada del país importador.
- Formalidades para el despacho de la mercadería.
- Declaración del valor de la mercadería.
- Documentos anexos (copias de factura, certificados, etc.)
- De acuerdo a los requerimientos bancarios y de lo oportunamente acordado entre el exportador y el importador, los documentos originales de la mercadería pueden viajar con el medio de transporte o ser enviados por separado.

Lista de Empaque - PackingList

Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo a como se encuentra embalada; la emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de los bultos.

- Lugar y fecha de emisión.
- Modo de embarque
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Tipo de embalaje.
- Firma y sello del exportador.

Habitualmente, este documento no es muy exigido en las operaciones de comercio internacional, dependiendo este factor de la naturaleza de las mercaderías.

Por lo general, se lo solicita en grandes embarques, o en aquellos donde existen variedad de tipos de mercadería.

Si el embarque contiene un solo tipo de mercadería, este documento puede ser obviado.

3.3.2.3. Certificados

La exportación de ciertos productos requiere un registro del exportador, autorizaciones previas o certificados entregados por diversas instituciones. Entre los certificados tenemos:

3.3.2.3.1 Certificados Sanitarios

a) Certificado Sanitario para las exportaciones de productos pesqueros en estado fresco y para frutas y hortalizas frescas, a la Unión Europea otorga el Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez.

b) Certificados fitosanitarios para exportar productos agrícolas en cualquiera de sus formas, se extiende a través del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria SESA-MAG.

c) Certificado Zoosanitario para la exportación de animales, productos y subproductos de origen animal, otorga el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria -SESA-MAGAP.

d) Certificado Ictiosanitario para productos del mar y sus derivados, lo confiere el Instituto Nacional de Pesca -INP.

3.3.2.3.2 Certificado de Origen

a) Para café en grano y soluble y para cacao y subproductos emite el MIC.

b) Para los productos acogidos a los beneficios del SGP y ATPDEA extiende el MIC.

c) Para los países de ALADI y Grupo Andino, expide por delegación del MIC, las Cámaras de Industriales, Comercio, Pequeña Industria y FEDEXPOR.

Grafico N° 6

Certificado de Origen

 FEDEX <i>Calidad para el mundo</i> ECUADOR		A N° 003213	
CERTIFICADO DE ORIGEN CERTIFICATE OF ORIGIN			
LA FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES - FEDEXPOR, CERTIFICA LAS MERCADERIAS. <i>The Ecuadorian Federation of Exporters FEDEXPOR, Certifies that the merchandises,</i>			
DECLARADOS EN FACTURA COMERCIAL No. _____ Y FORMULARIO UNICO DE EXPORTACION No. _____ <i>Declared in Commercial Bill No.</i>			
POR _____ <i>by</i>			
EMBARCADOS EN _____ <i>Shipped at the port of</i>		REPUBLICA DEL ECUADOR	
EN EL TRANSPORTE _____ <i>On the vessel</i>		DE BANDERA _____ <i>of flag</i>	
CON DESTINO A _____ <i>bound for</i>			
Y CONSIGNADOS A _____ <i>and consigned to</i>		PARA _____ <i>for</i>	
SON DE ORIGEN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR <i>are of Ecuadorian origin</i>			

BULTOS PACKAGES			ARTICULOS ITEMS
MARCAS MARKS	CANTIDAD QUANTITY	CLASE CLASS	DESIGNACION DE LAS MERCADERIAS
			Quito, _____ del 200 ____ FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES FEDEXPOR

3.3.2.3.3. Certificados de Calidad

- a) Para productos del mar y derivados, confiere el Instituto Nacional de Pesca.
- b) Para conservas alimenticias otorga el INEN.
- c) Para banano, café y cacao en grano, emiten los programas nacionales correspondientes

3.3. Documentos a presentar por Biogarden

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial.
- Registro como exportador a través de la página Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de Transporte.
- Certificado Fitosanitario
- Declaración Única de Exportación o Formulario Único de Exportación (F.U.E.)

Nota:No necesitará certificado de Origen ya que no hay preferencias arancelarias, al no pertenecer ni al ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración) ni a la comunidad Andina

3.3.2.4. Trámites De Exportación

Trámite en la aduana

Aduana: Para el aforo deberá presentar:

- Factura comercial (4 copias), si existen diferencias entre el valor declarado y el valor exportado, se deberá presentar una nueva factura en original y cuatro copias para liquidación.
- Entrega de la mercadería en las bodegas de Aduana o Autoridad Portuaria.

Trámite de Embarque

- Constatación del pago de derechos y gravámenes arancelarios, de ser el caso.
- Recibo de pago de tasas por almacenamiento, carga, muellaje, vigilancia, etc.
- Entrega a la Aduana de cuatro copias del documento de embarque definitivo emitido por el transportista.

Cuadro N° 9

TRÁMITES COMPLEMENTARIOS: CERTIFICADOS NO EXIGIBLES

Certificado de Calidad	
Instituto Nacional de Pesca	Productos del mar y derivados
Instituto Ecuatoriano de Normalización	Conservas alimenticias
Respectivos Programas Nacionales	Café y cacao
Certificado de Origen	
Garantiza el origen de los productos a fin de que, gracias a las preferencias arancelarias existentes entre ciertos países; el importador pueda justificar la exoneración total o parcial de los impuestos arancelarios.	
MIC FEDEXPOR - CAMARAS	Todos los productos y mercados Países ALADI y CAN
Certificados sanitarios	
Departamento de Sanidad Vegetal del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria, SESA, o Inspector de Cuarentena Vegetal en puertos, aeropuertos y aduanas.	Certificado <u>fitosanitario</u> : para productos de origen vegetal no industrializados.
SESA	Certificado de <u>residualidad de plaguicidas</u> : para flores naturales exportadas a Uruguay
Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez	Certificado <u>sanitario</u> : para exportar frutas y hortalizas frescas a la UE
Departamento de Sanidad Animal del Ministerio de Agricultura, SESA	Certificado <u>zoosanitario</u> : para exportar animales, productos y subproductos de origen animal.
Veterinario acreditado	Certificado de <u>vacunación y/o salud</u> : para exportar animales vivos.
Instituto Nacional de Pesca	Certificado <u>ictosanitario</u> : para productos del mar y derivados.

3.3.2.5. Regímenes aduaneros

Exportación a consumo

Las mercaderías nacionales o nacionalizadas salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior.

Exportación temporal con reimportación en el mismo estado

Permite la salida del territorio aduanero de mercaderías nacionales o nacionalizadas, para ser utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo, con un fin determinado y son reimportadas sin modificación alguna; salvo la depreciación normal por el uso. Es un régimen suspensivo del pago de impuestos. Se tramita en Aduana.

Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo

Permite la salida del territorio aduanero de mercaderías nacionales o nacionalizadas, durante cierto plazo, para ser reimportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación. Es un régimen suspensivo del pago de impuestos. Se tramita en Aduana.

Reexportación

Cuando retornan al país mercaderías exportadas a consumo definitivo por haber sido rechazadas en el país de destino, por falta de cumplimiento del comprador, por fuerza mayor, etc. o por tratarse de elementos auxiliares que sirvan para la exportación del producto (canillas, tubos, conos o carretas) y de acuerdo a lo que indique la Ley Orgánica de Aduanas; estarán exentas del pago de tributos a la importación y el exportador tendrá derecho a la devolución del pago de los tributos por la exportación, a excepción de las tasas por servicios prestados, valor por el cual el Administrador de Aduanas le emitirá una nota de crédito.

Exportación bajo régimen de maquila:

Es un régimen suspensivo de pago de impuestos, que permite el ingreso de mercaderías por un plazo determinado, para luego de un proceso de transformación, ser reexportadas. Se tramita en el Ministerio de Finanzas, Banco Central y banco corresponsal. Ver Ley de Maquila: Ley 90 de agosto 1990

Ferias internacionales:

Es un régimen especial aduanero por el cual se autoriza el ingreso de mercancías de permitida importación con suspensión del pago de tributos, por un tiempo determinado, destinadas a exhibición en recintos previamente autorizados, así como de mercancías importadas a consumo con fines de degustación, promoción y decoración, libre del pago de impuestos, previo el cumplimiento de los requisitos y formalidades señaladas en el reglamento.

El régimen aduanero al cual Biogarden se apegas es el régimen de consumo.

3.3.3. Elección de la Forma de Pago

En los contratos comerciales se establecen condiciones de entrega de las mercancías, forma de pago, garantías, seguros, reparto de costos y riesgos del transporte entre las partes, la mayoría de transacciones se efectúan mediante el pago contra presentación de documentos o pago documentario.

Las formas de pago más convenientes para el tipo de producto y considerando que ambas empresas tiene un alto grado de seriedad son:

Pago a la vista.- El comprador recibe la factura del vendedor y paga por adelantado o en la fecha convenida, sin más formalidades;

Pago por documentos.- Este es un sistema muy utilizado, pues los documentos que existen de por medio entre exportador e importador, constituyen la base que evidencia la exportación, o sirve como prueba de que la exportación ha sido ya efectuada.

Y por último en esta investigación se destaca la utilización de la carta de crédito o crédito documentario que es uno de los métodos más utilizados, conocidos y convenientes.

Crédito documentario.- Las posibilidades de que el importador rechace la mercadería o no quiera pagar es mínima o inexistente con esta modalidad de pago: crédito documentario, ya que no deja esta libertad al comprador, porque no dispone más del monto de la transacción que ha sido bloqueado por el Banco del importador.

Procedimiento.- Un Banco del Exterior a nombre y cuenta del importador emite una obligación de pago en favor del exportador a través de un Banco Corresponsal, una vez que se hayan cumplido todas y cada una de las condiciones estipuladas en dicha carta de crédito.

Por lo tanto se recomienda a la empresa utilizar el crédito documentario el mismo que presta muchas facilidades y seguridad de pago

3.5. Incoterms

Los incoterms (acrónimo del inglés internationalcommercialterms, 'términos internacionales de comercio') son normas acerca de las condiciones de entrega de las mercancías. Se usan para dividir los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.

La Convención sobre contratos para la venta internacional de mercancías de las Naciones Unidas (en inglés, CISG, U.N. ConventiononContractsforthe International Sale of Goods) en su Parte III

«Venta de las mercancías» (artículos 25-88) describe el momento en que el riesgo sobre la mercancía se transfiere del vendedor al comprador, pero reconoce que, en la práctica, la mayoría de las transacciones internacionales se rigen de acuerdo con las obligaciones reflejadas en los incoterms.

La CCI (Cámara de Comercio Internacional o ICC: International Chamber of Commerce) se ha encargado desde 1936 (con revisiones en 1953, 1980, 1990, 2000 y 2010) de la elaboración y actualización de estos términos, de acuerdo con los cambios que va experimentando el comercio internacional. Actualmente están en vigor los Incoterms 2010 (Desde el 1 de enero de 2011)

Definiciones de los términos

Grupo E – Entrega directa a la salida

Ex Works en fábrica (lugar convenido).

El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en sus instalaciones: fábrica, almacén, etc. Todos los gastos a partir de ese momento son por cuenta del comprador.

El incoterm EXW se puede utilizar con cualquier tipo de transporte o con una combinación de ellos.

Grupo F – Entrega indirecta, sin pago del transporte principal

FCA

Free Carrier (named place) franco transportista (lugar convenido).

El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen, que pueden ser los locales de un transitario, una estación ferroviaria, (Este lugar convenido para entregar la mercancía suele estar relacionado con los espacios del transportista).

Se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros, la aduana en el país de origen.

El incoterm FCA se puede utilizar con cualquier tipo de transporte: transporte aéreo, ferroviario, por carretera y en contenedores/transporte multimodal. Sin embargo, es un incoterm poco usado.

FAS

Free AlongsideShip (namedloadingport) → 'franco al costado del buque (puerto de carga convenido).

El vendedor entrega la mercancía en el muelle pactado del puerto de carga convenido; esto es, al lado del barco. El incoterm FAS es propio de mercancías de carga a granel o de carga voluminosa porque se depositan en terminales del puerto especializadas, que están situadas en el muelle.

El vendedor es responsable de las gestiones y costes de la aduana de exportación (en las versiones anteriores a Incoterms 2000, el comprador organizaba el despacho aduanero de exportación).

El incoterm FAS sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

FOB

Free OnBoard (namedloadingport) → 'franco a bordo (puerto de carga convenido).

El vendedor entrega la mercancía sobre el buque. El vendedor contrata el transporte a través de un consignatario, pero el coste del transporte lo asume el comprador.

El incoterm FOB es uno de los más usados en el comercio internacional, se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo, fluvial o transporte aéreo.

Grupo C – Entrega indirecta, con pago del transporte principal

CFR

Cost and Freight (nameddestinationport) → ‘coste y flete (puerto de destino convenido)’.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía pasa la borda del buque, en el país de origen.

CIF

Cost, Insurance and Freight (nameddestinationport) → ‘coste, seguro y flete (puerto de destino convenido)’.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

Como en el incoterm anterior, CFR, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía pasa la borda del buque, en el país de origen. El incoterm CIF es uno de los más usados en el comercio internacional porque las condiciones de un precio CIF son las que marcan el valor en aduana de un producto que se importa. Se debe utilizar para carga general o convencional, pero no se debe utilizar cuando se transporta en contenedores.

El incoterm CIF se utiliza para cualquier transporte, pero sobretodo barco, ya sea marítimo o fluvial.

CPT

CarriagePaidTo (named place of destination) → 'transporte pagado hasta (lugar de destino convenido).

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen.

El incoterm CPT se puede utilizar con cualquier modo de transporte o con una combinación de ellos, como el transporte multimodal (carga en contenedor completo o en régimen de grupaje), aunque una parte del trayecto sea marítimo o fluvial.

CIP

Carriage and InsurancePaid (To) (named place of destination) → 'transporte y seguro pagados hasta (lugar de destino convenido).

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. El riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

El incoterm CIP se puede utilizar con cualquier modo de transporte o con una combinación de ellos, como el transporte multimodal, aunque una parte del trayecto sea marítimo o fluvial.

Grupo D – Entrega directa en la llegada

DAT

Delivered At Terminal (namedport): entregado en terminal (puerto de destino convenido).

El incoterm DAT se utiliza para todos los tipos de transporte. Es uno de los dos nuevos Incoterms 2010 con DAP. Reemplaza el incoterm DEQ.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que la mercancía se coloca en a la terminal definida. También asume los riesgos hasta ese momento.

El Incoterm DEQ se utilizaba notamente en el comercio internacional de graneles porque el punto de entrega coincide con las terminales de graneles de los puertos. (En las versiones anteriores a Incoterms 2000, con el Incoterm DEQ, el pago de la aduana de importación era a cargo del vendedor; en la versión actual, es por cuenta del comprador).

DAP

Delivered At Place (nameddestination place) → entregado en un punto (lugar de destino convenido).

El Incoterm DAP se utiliza para todos los tipos de transporte. Es uno de los dos nuevos Incoterms 2010 con DAT. Reemplaza los Incoterms DAF, DDU y DES.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que la mercancía se ponga a disposición del comprador en un vehículo listo para ser descargado. También asume los riesgos hasta ese momento.

DDP

DeliveredDutyPaid (nameddestination place): 'entregada derechos pagados (lugar de destino convenido)'.

El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país de destino. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor.

El incoterm DDP se puede utilizar con cualquier modo de transporte, sobre todo en transporte combinado y multimodal.

Responsabilidad de la entrega por parte del vendedor

Para un término dado, "Sí" indica que el vendedor tiene la responsabilidad de proveer el servicio incluido en el precio; "No" indica que es responsabilidad del comprador. Si el seguro no está incluido en los términos (por ejemplo, CFR) entonces el seguro para el transporte es responsabilidad del comprador.

Cuadro Nº 10

Resumen de los Incoterms

	Carga a camión	Pago de tasas de exportación	Transporte al puerto de exportación	Descarga del camión en el puerto de exportación	Cargos por embarque en el puerto de exportación	Transporte al puerto de importación	Cargos por desembarque en el puerto de importación	Descarga en camiones desde el puerto de importación	Transporte al destino	Seguros	Paso de aduanas	Impuesto de importación
EXW	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
FCA	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
FAS	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
FOB	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
CFR	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
CIF	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✗ No	✗ No	✗ No	✓ Sí	✗ No	✗ No
CPT	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
CIP	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✗ No	✗ No	✗ No	✓ Sí	✗ No	✗ No
DAT	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
DAP	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✗ No	✗ No	✗ No
DDP	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí	✓ Sí

FUENTE: INCOTERMS 2011

La empresa utilizará el Incoterm CIF ya que es el demandado por la empresa contraparte, con el tiempo será conveniente tratar de negociar en términos FOB con el fin de deslindar responsabilidades

3.4. Estudio Financiero

Dentro del estudio Financiero se desglosarán las inversiones y se hará una comparación de los estados de resultados y flujos de caja tomando y sin tomar cuenta la actividad exportadora.

Se detallaran también los costos de exportación y se evaluará aplicando el valor actual neto y la tasa interna de retorno.

Inversiones		
Inversión Fija		\$ 105.300,00
Terrenos	\$ 47.500,00	
Maquinarias	\$ 5.200,00	
Muebles de Oficina	\$ 2.460,00	
Equipo de Oficina	\$ 740,00	
Equipo de cómputo	\$ 1.400,00	
Vehículo	\$ 18.000,00	
Invernaderos	\$ 21.000,00	
Instalaciones	\$ 9.000,00	
Inversión Intangible		\$ 1.800,00
Gasto de Constitución	\$ 1.800,00	
Capital de Trabajo		\$ 6.549,28
Capital de trabajo	\$ 6.549,28	
Inversión Total		\$ 113.649,28

A continuación se presenta en Estado de resultados Proyectado sin tomar en cuenta la Actividad exportadora

Estado de Resultados Proyectado sin tomar en cuenta las exportaciones

Años	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 126.648,90	\$ 139.313,79	\$ 153.245,17	\$ 168.569,69	\$ 185.426,65
Valor de salvamento					\$ 37.700,00
Costo de Producción	\$ 63.324,45	\$ 69.656,90	\$ 76.622,58	\$ 84.284,84	\$ 92.713,33
Utilidad Bruta	\$ 63.324,45	\$ 69.656,90	\$ 76.622,58	\$ 84.284,84	\$ 92.713,33
(-) Gastos de Administración	\$ 13.599,91	\$ 14.279,91	\$ 14.993,90	\$ 15.743,60	\$ 16.530,78
(-) Gasto de Ventas	\$ 6.584,88	\$ 6.914,12	\$ 7.259,83	\$ 7.622,82	\$ 8.003,96
(-) Gasto Financiero	\$ 1.617,58	\$ 1.362,96	\$ 1.077,78	\$ 758,38	\$ 400,65
Utilidad Neta	\$ 41.522,08	\$ 47.099,91	\$ 53.291,07	\$ 60.160,04	\$ 67.777,93
(-) 15% part. Trabajadores	\$ 6.228,31	\$ 7.064,99	\$ 7.993,66	\$ 9.024,01	\$ 10.166,69
Utilidad a IR	\$ 35.293,77	\$ 40.034,92	\$ 45.297,41	\$ 51.136,04	\$ 57.611,24
(-) IR	\$ 8.823,44	\$ 10.008,73	\$ 11.324,35	\$ 12.784,01	\$ 14.402,81
Utilidad Neta	\$ 26.470,32	\$ 30.026,19	\$ 33.973,06	\$ 38.352,03	\$ 43.208,43

Estado de Resultados Projectado incluidas las Exportaciones

Años	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 126.648,90	\$ 139.313,79	\$ 153.245,17	\$ 168.569,69	\$ 185.426,65
Exportaciones	\$ 32.054,40	\$ 35.259,84	\$ 38.785,82	\$ 42.664,41	\$ 46.930,85
Valor de salvamento					\$ 37.700,00
Costo de Producción	\$ 79.351,65	\$ 87.286,82	\$ 96.015,50	\$ 105.617,05	\$ 116.178,75
Utilidad Bruta	\$ 79.351,65	\$ 87.286,82	\$ 96.015,50	\$ 105.617,05	\$ 116.178,75
(-) Gastos de Administración	\$ 13.599,91	\$ 14.279,91	\$ 14.993,90	\$ 15.743,60	\$ 16.530,78
(-) Gasto de Ventas	\$ 6.584,88	\$ 6.914,12	\$ 7.259,83	\$ 7.622,82	\$ 8.003,96
(-) Gasto Financiero	\$ 1.617,58	\$ 1.362,96	\$ 1.077,78	\$ 758,38	\$ 400,65
(-) Gastos de Exportación	\$ 13.638,84	\$ 15.002,72	\$ 16.503,00	\$ 18.153,30	\$ 19.968,63
Utilidad Neta	\$ 43.910,44	\$ 49.727,10	\$ 56.180,99	\$ 63.338,95	\$ 71.274,73
(-) 15% part. Trabajadores	\$ 6.586,57	\$ 7.459,07	\$ 8.427,15	\$ 9.500,84	\$ 10.691,21
Utilidad a IR	\$ 37.323,87	\$ 42.268,04	\$ 47.753,84	\$ 53.838,11	\$ 60.583,52
(-) IR	\$ 9.330,97	\$ 10.567,01	\$ 11.938,46	\$ 13.459,53	\$ 15.145,88
Utilidad Neta	\$ 27.992,90	\$ 31.701,03	\$ 35.815,38	\$ 40.378,58	\$ 45.437,64

Como se puede observar aumentan dos rubros como son las ventas por exportaciones que asciende a \$ 32.054,40 de la venta de 1 tonelada mensual, (12 anuales) es decir 1272 bonches mensuales a 2.10 dólares cada uno, y aumenta el rubro de gastos de exportación el cual se lo desglosa a continuación:

DETALLE	Costo Tramite	Costo Anual
FOB		
Agente de Aduana	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Trámites Aduaneros		\$ 1.170,84
Transporte		\$ 2.400,00
Pago Ingreso a Puerto (INARPI)	\$ 75,00	\$ 900,00
Cargo por Manipuleo en Terminal	\$ 114,00	\$ 1.368,00
Bodega en puerto (INARPI)	\$ 300	\$ 3.600,00
Estiba	\$ 200	\$ 2.400,00
COSTO TOTAL FOB		\$ 13.638,84

Para poder evaluar el estudio se necesita el flujo de caja, de igual manera se han realizado 2 para poder visualizar las diferencias de aumentar la actividad exportadora.

Flujo de Caja Proyectado

	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 126.648,90	\$ 139.313,79	\$ 153.245,17	\$ 168.569,69	\$ 185.426,65
Valor de salvamento						\$ 37.700,00
Costo de Producción		\$ 63.324,45	\$ 69.656,90	\$ 76.622,58	\$ 84.284,84	\$ 92.713,33
Utilidad Bruta		\$ 63.324,45	\$ 69.656,90	\$ 76.622,58	\$ 84.284,84	\$ 92.713,33
(-) Gastos de Administración		\$ 13.599,91	\$ 14.279,91	\$ 14.993,90	\$ 15.743,60	\$ 16.530,78
(-) Gasto de Ventas		\$ 6.584,88	\$ 6.914,12	\$ 7.259,83	\$ 7.622,82	\$ 8.003,96
(-) Gasto Financiero		\$ 1.617,58	\$ 1.362,96	\$ 1.077,78	\$ 758,38	\$ 400,65
Utilidad Neta		\$ 41.522,08	\$ 47.099,91	\$ 53.291,07	\$ 60.160,04	\$ 67.777,93
(-) 15% part. Trabajadores		\$ 6.228,31	\$ 7.064,99	\$ 7.993,66	\$ 9.024,01	\$ 10.166,69
Utilidad a IR		\$ 35.293,77	\$ 40.034,92	\$ 45.297,41	\$ 51.136,04	\$ 57.611,24
(-) IR		\$ 8.823,44	\$ 10.008,73	\$ 11.324,35	\$ 12.784,01	\$ 14.402,81
Utilidad Neta		\$ 26.470,32	\$ 30.026,19	\$ 33.973,06	\$ 38.352,03	\$ 43.208,43
(+) Dep / Amort		\$ 4.816,62	\$ 4.816,62	\$ 4.816,62	\$ 4.350,00	\$ 4.350,00
(-) préstamo		\$ 2.121,86	\$ 2.376,48	\$ 2.661,66	\$ 2.981,06	\$ 3.338,79
Inversión Fija	-105.300,00					
Inversión Intangible	-1.800,00					
Capital de Operación	-6.549,28					
Rec. Capital de Operación						6.549,28
Flujo de caja	-113.649,28	\$ 29.165,08	\$ 32.466,33	\$ 36.128,02	\$ 39.720,97	\$ 44.219,64

**Flujo de Caja Proyectado
(EXPORTANDO)**

	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 126.648,90	\$ 139.313,79	\$ 153.245,17	\$ 168.569,69	\$ 185.426,65
Exportaciones		\$ 32.054,40	\$ 35.259,84	\$ 38.785,82	\$ 42.664,41	\$ 46.930,85
Valor de salvamento						\$ 37.700,00
Costo de Producción		\$ 79.351,65	\$ 87.286,82	\$ 96.015,50	\$ 105.617,05	\$ 116.178,75
Utilidad Bruta		\$ 79.351,65	\$ 87.286,82	\$ 96.015,50	\$ 105.617,05	\$ 116.178,75
(-) Gastos de Administración		\$ 13.599,91	\$ 14.279,91	\$ 14.993,90	\$ 15.743,60	\$ 16.530,78
(-) Gasto de Ventas		\$ 6.584,88	\$ 6.914,12	\$ 7.259,83	\$ 7.622,82	\$ 8.003,96
(-) Gasto Financiero		\$ 1.617,58	\$ 1.362,96	\$ 1.077,78	\$ 758,38	\$ 400,65
(-) Gastos de Exportación		\$ 13.638,84	\$ 15.002,72	\$ 16.503,00	\$ 18.153,30	\$ 19.968,63
Utilidad Neta		\$ 43.910,44	\$ 49.727,10	\$ 56.180,99	\$ 63.338,95	\$ 71.274,73
(-) 15% part. Trabajadores		\$ 6.586,57	\$ 7.459,07	\$ 8.427,15	\$ 9.500,84	\$ 10.691,21
Utilidad a IR		\$ 37.323,87	\$ 42.268,04	\$ 47.753,84	\$ 53.838,11	\$ 60.583,52
(-) IR		\$ 9.330,97	\$ 10.567,01	\$ 11.938,46	\$ 13.459,53	\$ 15.145,88
Utilidad Neta		\$ 27.992,90	\$ 31.701,03	\$ 35.815,38	\$ 40.378,58	\$ 45.437,64
(+) Dep / Amort		\$ 4.816,62	\$ 4.816,62	\$ 4.816,62	\$ 4.350,00	\$ 4.350,00
(-) préstamo		\$ 2.121,86	\$ 2.376,48	\$ 2.661,66	\$ 2.981,06	\$ 3.338,79
Inversión Fija	-105.300,00					
Inversión Intangible	-1.800,00					
Capital de Operación	-6.549,28					
Rec. Capital de Operación						6.549,28
Flujo de caja	-113.649,28	\$ 30.687,66	\$ 34.141,16	\$ 37.970,34	\$ 41.747,52	\$ 46.448,85

De igual manera para poder observar las variaciones se han calculado los valores actuales netos y las tasas internas de retorno de cada flujo con el fin de observar como influyen las ventas al exterior

Valor Actual Neto Flujo sin Exportar

Años	Flujo de caja	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-113.649,28	1	-113649,28	-113649,28
1	29.165,08	0,909090909	26513,71	-87135,57
2	32.466,33	0,826446281	26831,67	-60303,89
3	36.128,02	0,751314801	27143,51	-33160,38
4	39.720,97	0,683013455	27129,95	-6030,43
5	44.219,64	0,620921323	27456,92	21426,49
VAN	\$ 21.426,49	Tasa de descuento	10,00%	

El valor actual neto aplicando una tasa de descuento del 10% es de \$21426.49

Tasa Interna de Retorno

Para el cálculo de la tasa interna de retorno aplicaremos la siguiente formula:

$$TIR = t1 + ((t2 - t1) (VAN1 / VAN1 - VAN2))$$

Para la aplicación de la misma es necesario el cálculo de un VAN negativo el cual se calcula a continuación con una tasa de descuento del 17%:

Años	Flujo de caja	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-113.649,28	1	-113649,28	-113649,28
1	29.165,08	0,854700855	24927,42	-88721,86
2	32.466,33	0,730513551	23717,09	-65004,77
3	36.128,02	0,624370556	22557,27	-42447,50
4	39.720,97	0,533650048	21197,10	-21250,40
5	44.219,64	0,456111152	20169,07	-1081,33

$$TIR = t1 + ((t2 - t1) (VAN1 / VAN1 - VAN2))$$

$$TIR = 0.10 + (0.07\%) (0,95)$$

$$TIR = 0.10 + \$ 0,07$$

$$TIR = 17\%$$

Valor Actual Neto tomando en cuenta las Exportaciones

Años	Flujo de caja	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-113.649,28	1	-113649,28	-113649,28
1	30.687,66	0,909090909	27897,88	-85751,41
2	34.141,16	0,826446281	28215,84	-57535,57
3	37.970,34	0,751314801	28527,68	-29007,89
4	41.747,52	0,683013455	28514,12	-493,77
5	46.448,85	0,620921323	28841,08	28347,31
VAN	\$ 28.347,31	Tasa de descuento	10,00%	

El valor actual neto es de \$ 28.347,31

Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo de caja	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-113.649,28	1	-113649,28	-113649,28
1	30.687,66	0,833333333	25573,05	-88076,23
2	34.141,16	0,694444444	23709,14	-64367,09
3	37.970,34	0,578703704	21973,58	-42393,51
4	41.747,52	0,482253086	20132,87	-22260,64
5	46.448,85	0,401877572	18666,75	-3593,89

TIR $t1 + ((t2 - t1) (VAN1 / VAN1 - VAN2))$

TIR 0.10 + (0.10) (0,89)

TIR 0.10 + \$ 0,09

TIR **19%**

Relación Beneficio Costo sin considerar la actividad exportadora

$$R\ b/c = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}} = \frac{135075,78}{113649,28} = \$ 1,19$$

Relación Beneficio Costo considerando la actividad exportadora

$$R\ b/c = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}} = \frac{141996,59}{113649,28} = \$ 1,25$$

Al aplicar la formula de la relación beneficio costo en ambas se puede observar que la misma es mayor a uno, por lo que existe rentabilidad, pero con la actividad exportadora se puede observar que los beneficios son mayores.

Resumen:

	Sin Exportar	Exportando
VAN	\$ 21.426,49	\$ 28.347,31
TIR	16%	19%
R b/c	1,19	1,25

Como se puede observar al exportar la tasa interna aumenta en tres puntos porcentuales, el Valor Actual Neto de igual manera sufre una variación positiva, y la relación beneficio costo aumenta de 1,19 a 1,25, lo que indica que las exportaciones son beneficiosas para la empresa.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio muestra la cantidad de unidades que la empresa debe producir para no tener ni utilidad, ni pérdida, después de esta unidad la empresa comenzará a generar utilidades, para esto se resumen los costos fijos, variables, y se aplicará la fórmula del punto de equilibrio.

Costos Fijos	\$ 35441,21
Costos Variables	\$ 79351,65
Costo Variable Unitario	\$ 1,05
Unidades a Producir	\$ 75.573,00
Precio de Venta	\$ 2,10

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Margen de Contribución}}$$

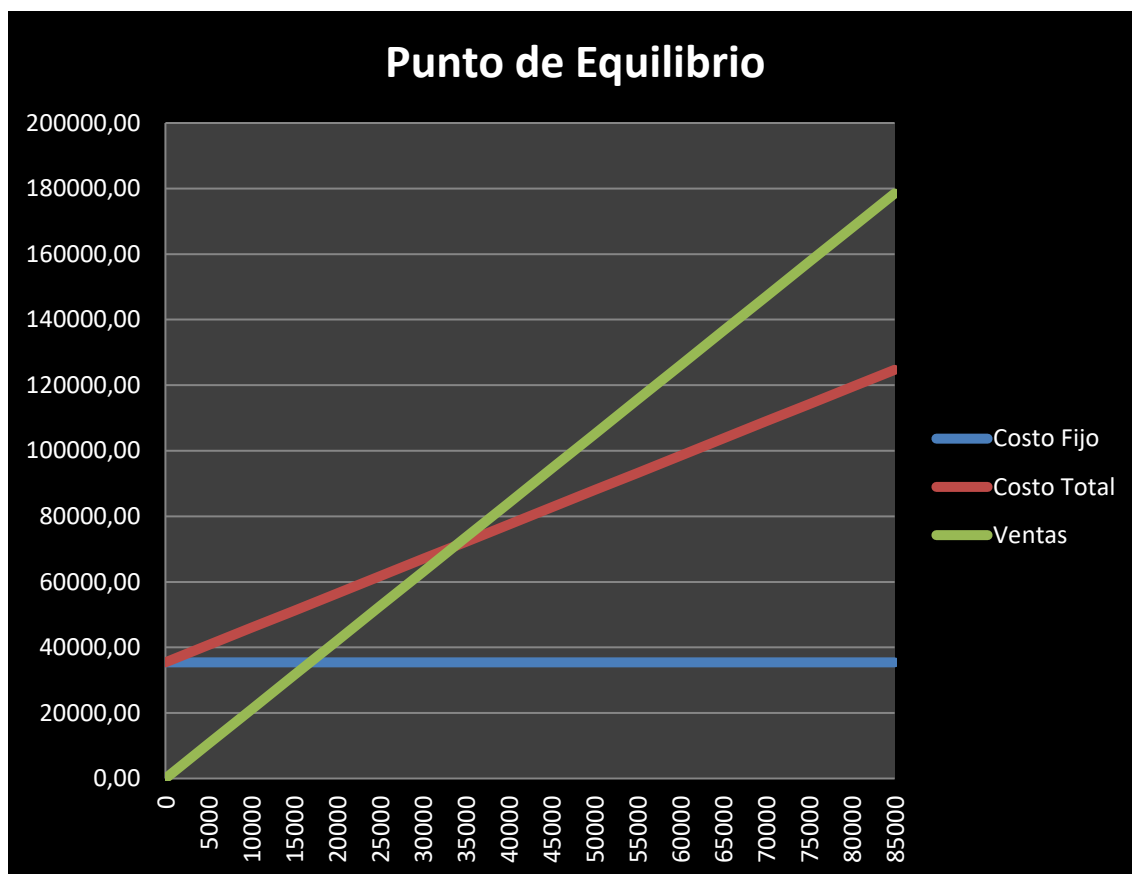
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$PE = \frac{35441,21}{2,1 - 1,05}$$

$$PE = \frac{35441,21}{1,05}$$

$$PE = 33753,54 \text{ Unidades de Bonches}$$

Grafico N° 8



Es decir que después de vendida la unidad 33754 de bonche, la empresa comenzará a tener utilidad.

Análisis de Sensibilidad

Para la realización del análisis de sensibilidad se ha previsto aumentar la cantidad de bonches a vender, al realizar esta acción existen los costos fijos que no variaran y otros como el costo de producción y una parte del los gastos de exportación en lo que refiere a la transportación del producto que es un costo variable, dado que los demás rubros son fijos, con esto se podrá apreciar como variarían las utilidades al exportar una mayor cantidad de producto.

Análisis de Sensibilidad

Estado de Resultados Comparativo

	Sin Exportar	Exportando 1tn	Exportando 2tn	Exportando 3tn	Exportando 4tn
Ventas	\$ 126.648,90	\$ 126.648,90	\$ 126.648,90	\$ 126.648,90	\$ 126.648,90
Exportaciones	\$ 0,00	\$ 32.054,40	\$ 64.108,80	\$ 96.163,20	\$ 128.217,60
Costo de Producción	\$ 63.324,45	\$ 75.573,00	\$ 90.837,00	\$ 106.101,00	\$ 121.365,00
Utilidad Bruta	\$ 63.324,45	\$ 83.130,30	\$ 99.920,70	\$ 116.711,10	\$ 133.501,50
(-) Gastos de Administración	\$ 13.599,91	\$ 13.599,91	\$ 13.599,91	\$ 13.599,91	\$ 13.599,91
(-) Gasto de Ventas	\$ 6.584,88	\$ 6.584,88	\$ 6.584,88	\$ 6.584,88	\$ 6.584,88
(-) Gasto Financiero	\$ 1.617,58	\$ 1.617,58	\$ 1.617,58	\$ 1.617,58	\$ 1.617,58
(-) Gastos de Exportación	\$ 0,00	\$ 13.638,84	\$ 16.038,84	\$ 18.438,84	\$ 20.838,84
Utilidad Neta	\$ 41.522,08	\$ 47.689,09	\$ 62.079,49	\$ 76.469,89	\$ 90.860,29
(-) 15% part. Trabajadores	\$ 6.228,31	\$ 7.153,36	\$ 9.311,92	\$ 11.470,48	\$ 13.629,04
Utilidad a IR	\$ 35.293,77	\$ 40.535,72	\$ 52.767,56	\$ 64.999,40	\$ 77.231,24
(-) IR	\$ 8.823,44	\$ 10.133,93	\$ 13.191,89	\$ 16.249,85	\$ 19.307,81
Utilidad Neta	\$ 26.470,32	\$ 30.401,79	\$ 39.575,67	\$ 48.749,55	\$ 57.923,43

Como se puede observar en las utilidades mientras mas se exporte, mas utilidades tendrá la empresa, por lo tanto se debería pensar en incrementar la producción, con el fin de no desabastecer las ventas locales.

Márgenes de Utilidad dependiendo el Nivel de Ventas

Para calcular este índice aplicaremos la siguiente formula:

$$\text{MargendeUtilidadsobrelasVentas} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Utilidad}}$$

	Sin Exportar	Exportando 1tn	Exportando 2tn	Exportando 3tn	Exportando 4tn
Ventas	126.648,90	158.703,30	190.757,70	222.812,10	254.866,50
Utilidad	26.470,32	30.401,79	39.575,67	48.749,55	57.923,43

Margen de Utilidad	21%	19%	21%	22%	23%
---------------------------	------------	------------	------------	------------	------------

Como se puede observar los márgenes de rentabilidad aumentan al incrementar la cantidad a exportar, por otro lado comparando exportación de 1 tonelada con las utilidades cuando no se exportan se observa una baja de la rentabilidad de 2%, lo que quiere decir que es menos rentable, pero de todas maneras al existir una mayor cantidad para la venta se reflejan con mayores utilidades, que cuando no se exporta.

Capítulo IV

4. Conclusiones y Recomendaciones

4.1. Conclusiones

- Existen varias formas de pago que la empresa Biogarden puede utilizar, se han investigado entre otras, el pago a la vista, la carta de crédito y pago por documentos.
- En el Ecuador en los últimos años han existido variaciones en las leyes de comercio internacional principalmente en la creación de barreras arancelarias.
- Se debe tener en consideración el tipo de cambio, de dólar americano usado en el Ecuador al euro europeo, antes de realizar la operación de exportación y la firma del contrato.
- Existen varios regímenes aduaneros en los cuales Biogarden, se puede amparar, el régimen al cual se acogió es “exportación de Consumo” debido a que la pulpa será consumida definitivamente en el exterior.
- Los términos de condición de entrega al cual se acogió Biogarden es decir El Incoterm elegido y acordado fue en FOB.
- El valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno varían de forma positiva:

	Sin Exportar	Exportando
VAN	\$ 21.426,49	\$ 28.347,31
TIR	16%	19%
R b/c	1,19	1,25

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda la utilización de la carta de crédito o crédito documentario como forma de pago, dado que es una de las formas más seguras y convenientes.
- Se debe dar un Seguimiento periódico a la creación de barreras arancelarias por parte de ambos gobiernos o cualquier ley que pueda afectar al libre desempeño de la exportación.
- Se recomienda tener en cuenta el tipo de cambio antes de realizar la importación, y de firmar el contrato, para que no vaya a perjudicar a la empresa.
- Se debe tener en cuenta cualquier cambio dentro de los regímenes aduaneros dado que pueden beneficiar o perjudicar según corresponda la variación en los esquemas del régimen.
- En cuanto a los términos de negociación se recomienda a la empresa seguir manteniéndolo en términos FOB.
- Se recomienda poner en marcha el plan de exportación ya que al evaluarlo muestra un aumento significativo en el Valor Actual Neto, incrementa 3 puntos en la tasa interna de retorno, y la relación beneficio costo aumento de 1.19 a 1.25, y mientras más altos estos indicadores, mejores resultados tendrá la empresa, mismos que se los pueden observar en las utilidades de la misma.

Resumen

La presente tesis es un Plan Exportación de Rosas orgánicas desde Ecuador hacia Madrid – España de la empresa Biogarden ubicada en la ciudad de Riobamba para el año 2011, que permitirá comercializar el producto a un mercado más amplio y rentable.

Se dio a conocer el proceso productivo de la cosecha de los diferentes tipos de flores, a través del departamento interno de Coordinación de Comercio Exterior se obtuvieron los contactos de empresas importadoras de Rosas en Madrid, y se eligió a la Distribuidora Mediterránea Fresh Flowers Ltda. la cual tiene un requerimiento de 1 tonelada mensual de Rosas de las variedades “Freedom”, y “Vendela”; mismas que produce la empresa Biogarden, además se detallan los documentos, trámites y certificados que la empresa Biogarden necesita para exportar, además los términos de negociación que se van a utilizar, los cuales fueron FOB es decir la empresa entregará la mercadería en el puerto local y no de destino, los gastos de transporte y seguro los cubrirá la empresa contraparte de la negociación y el régimen aduanero al cual la empresa se acoge.

Se realizó un estudio financiero, el cual permitió determinar, la inversión, costos y balances que genera la actividad exportadora, para con estos datos realizar la evaluación del plan y determinar su viabilidad tanto económica como financiera.

Se recomienda a la empresa la utilización de una carta de crédito como forma de pago, dar seguimiento a la creación de barreras arancelarias por parte de ambos gobiernos, y poner en marcha el plan de exportación dados los resultados obtenidos en el estudio financiero el cual muestra un incremento en las utilidades.

Summary

This thesis is an Export Plan of organic roses from Ecuador to Madrid – Spain of the Biogarden company located in Riobamba city for the year 2011, which will market the product to a wider market and cost.

It unveiled the production process of harvesting different types of flowers, through internal department of Coordination where were obtained the contacts of importers of Roses in Madrid, and was elected the Mediterranean Fresh Flowers Distributor LTD s. which has a monthly requirement of 1 ton of varieties of Roses “Freedom” and “Vendela” same that produces the Biogarden company need to export, also negotiating terms to be used, which were FOB which is that the company delivered the goods at the local port and not destination, transportation costs and insurance will be cover by the business partner of negotiation and the customs regime which the company receives.

We conducted a financial study, which allowed us to determine, investment, costs and balances generated by export activity, for these data make the evaluation of the plan and determine its economic as well as financial road.

It is recommended to the company to use a credit card as payment, tracking the creation of trade barriers by both governments, and implementing the export plan given the results of the financial study which shows an increase in profits

Bibliografía

- ANAYA TEJERO, Julio Juan, El transporte de mercancías, Madrid, Editorial. ESIC, 2009. 178p.
- AVALOS, Juan Alberto; Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Riobamba, Edit. Seracomp, 2005, 58p.
- CHABERT FONTS, Joan; Manual de Comercio Exterior, 2Ed, Madrid, Edit Deusto, 2000, 537p.
- CHIRIBOGA, Luis. Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano, Quito Edit Electrónica, 2003.
- MUÑOS, Eduardo. Guía Metodológica “2do Concurso de Emprendimientos 2007”. Riobamba, Edit. Espoch, 2007, 113p.
- TAMAMES, Ramón. “Estructura Económica Internacional”, 16Ed. Madrid, Edit Alianza S.A. 1999, 576p.

INTERNET

- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Inflación, Tasa de Interés Activa referencial, Producto Interno Bruto, Índice de Pobreza, Exportaciones de Ecuador, 2011 (www.bce.fin.ec) (en línea)
- SERVICIO ECUATORIANO DE SANIDAD AGROPECUARIA, Trámites, requisitos paracertificaciones, 2011 (<http://www.sesa.mag.gov.ec/>) (en línea)
- INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE, lista de incoterms, 2011 ([iccwbo.org](http://www.iccwbo.org))(en línea)
- INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN, Índices, Tasas, Estadísticas, 2011(<http://www.inen.gov.ec>) (en línea)
- CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES INVERSIONES CORPEI, Atención al Cliente, 2011. (www.corpei.org.ec) (en línea)

ANEXOS

Anexo 1

Variedades de las Rosas

Variedad Virginia



Tamaño Promedio Botón:	0.05 m
Tamaño Promedio Tallo:	0.70 – 0.80 m
Color:	Blanco
Rendimiento:	1 tallo por planta

Variedad Freedom



Tamaño Promedio Botón:	0.05 m
Tamaño Promedio Tallo:	0.80 – 0.90 m
Color:	Rojo

Rendimiento:

1 tallo por planta

Variedad Esperance



Tamaño Promedio Botón:

0.07 m

Tamaño Promedio Tallo:

0.60 – 0.80 m

Color:

Blanco – Rosado

Rendimiento:

1 tallo por planta

Forever Young



Tamaño Promedio Botón:

0.07 m

Tamaño Promedio Tallo:

0.60 – 0.90 m

Color:

Rojo

Rendimiento:

1 tallo por planta

Variedad Blush



Tamaño Promedio Botón:	0.07 m
Tamaño Promedio Tallo:	0.50 – 0.90 m
Color:	Blanco - Rojo
Rendimiento:	1 tallo por planta

Variedad Star 2000



Tamaño Promedio Botón:	0.06 m
Tamaño Promedio Tallo:	0.70 – 0.90 m
Color:	Naranja
Rendimiento:	1 tallo por planta

Variedad Vendela



Tamaño Promedio Botón:	0.06 m
Tamaño Promedio Tallo:	0.70 – 0.90 m
Color:	Rosado
Rendimiento:	1 tallo por planta

Variedad Versilla



Tamaño Promedio Botón:	0.06 m
Tamaño Promedio Tallo:	0.60 – 0.80 m
Color:	Salmon
Rendimiento:	1 tallo por planta

Variedad High Magic



Tamaño Promedio Botón:	0.07 m
Tamaño Promedio Tallo:	0.50 – 0.80 m
Color:	Amarillo
Rendimiento:	1 tallo por planta

Variedad Cherry Brandy



Tamaño Promedio Botón:	0.07 m
Tamaño Promedio Tallo:	0.50 – 0.80 m
Color:	Naranja - Amarillo
Rendimiento:	1 tallo por planta

Variedad Limbo



Tamaño Promedio Botón:	0.06 m
Tamaño Promedio Tallo:	0.50 – 0.80 m
Color:	Verde
Rendimiento:	1 tallo por planta

Anexo 2

CERTIFICADO DE ORIGEN



CERTIFICADO DE ORIGEN CERTIFICATE OF ORIGIN

A N° 003213

LA FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES - FEDEXPOR. CERTIFICA LAS MERCADERIAS.
The Ecuadorian Federation of Exporters FEDEXPOR. Certifies that the merchandises.

DECLARADOS EN FACTURA COMERCIAL No. _____ Y FORMULARIO UNICO DE

EXPORTACION No. _____

Decelerated in Commercial Bill No.

POR _____
by

EMBARCADOS EN _____ REPUBLICA DEL ECUADOR
Shipped at the port of

EN EL TRANSPORTE _____ DE BANDERA _____
On the vessel of flag

CON DESTINO A _____
bound for

Y CONSIGNADOS A _____ PARA _____
and consigned to for

SON DE ORIGEN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR
are of Ecuadorian origin

B U L T O S P A C K A G E S			A R T I C U L O S I T E M S
M A R C A S M A R K S	C A N T I D A D Q U A N T I T Y	C L A S E C L A S S	D E S I G N A C I O N D E L A S M E R C A D E R I A S
			<p>Quito, _____ del 200 _____</p> <p>FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES FEDEXPOR</p>

Anexo 3

INSTRUCTIVO PARA LLENAR CERTIFICADO DE ORIGEN OTROS PAÍSES

Este certificado tiene como objetivo el demostrar que la mercadería enviada es de origen Ecuatoriano, más no le implica una disminución del arancel a pagar en el país de destino, ya que no tenemos acuerdos comerciales con los mismos.

Los países a los que normalmente se envía con este documento son los de Centroamérica, Medio Oriente, Asia y Oceanía.

LA FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES – FEDEXPOR, CERTIFICA LAS MERCADERIAS

DECLARADOS EN FACTURA COMERCIAL No. Número de la factura comercial

FORMULARIO UNICO DE EXPORTACION No. Número del Formulario Único de Exportación

POR: Razón social de la empresa exportadora o productora

EMBARCADOS EN:

EN EL TRANSPORTE: nombre del transporte en el que se envía la mercadería

DE BANDERA: la nacionalidad del transporte en el que se envía

CON DESTINO A: lugar de destino

CONSIGNADOS A: Razón social de la empresa Importadora

PARA: el país de destino de la mercadería

BULTOS Y ARTÍCULOS

MARCA: de la mercadería enviada

CANTIDAD: unidades de peso o medida de la mercadería enviada

CLASE: de la mercadería

ARTICULOS: designación de la o las mercaderías

Fecha: de firma del certificado de origen

Entidad Certificadora: FEDEXPOR

Firma del Funcionario habilitado.

Anexo 4

MODELO DE DECLARACIÓN ADUANERA

CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA		DECLARACION EN ADUANA DEL VALOR DAV (1)		DAV N°	
1. ADUANA					
Hoja Adicional de		No. Formulario DAV		Regimen	
1.3 Contingentario o Importador		1.1 Aduana		1.2 RUC / COT / Codigo / Pais	
1.4 Nivel Comercial		1.5 Codigo		2. REGISTRO DE ADUANAS	
3. PROVEEDOR					
3.1 Nombre / Razón Social		3.2 Condición		3.3 Direccion	
3.4 Ciudad		3.5 Pais		3.6 Fax	
3.7 Telefono		3.8 Email			
4. TRANSACCION					
4.1 Naturaleza (Código)		4.2 Proforma		4.3 Lugar	
4.4 Fecha de Resolución de Aduana		4.5 Fecha		4.6 N° de Factura	
4.7 Fecha de Factura		4.8 Fecha de Pago		4.9 Fecha de Factura	
4.10 Fecha de Cambio		4.11 Moneda (Código)		4.12 Pais de Origen	
4.13 Pais de Procedencia		4.14 Pais de Procedencia		4.15 Pais de Procedencia	
4.16 Pais de Procedencia		4.17 Pais de Procedencia		4.18 Pais de Procedencia	
4.19 Pais de Procedencia		4.20 Pais de Procedencia		4.21 Pais de Procedencia	
5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA					
5.1 Subpartida (Merch)		5.2 Descripción Comercial		5.3 Características / Tipo	
5.4 Pais de Origen		5.5 Marca Comercial		5.6 Modelo	
5.7 Año		5.8 Estado de mercancía		5.9 Cantidad	
5.10 U. Com.		5.11 FOB Unit US\$			
6. INTERMEDIARIO ENTRE COMPRADOR Y VENDEDOR					
6.1 Se utilizó intermediario en la transacción comercial?		6.2 Nombre del Intermediario		6.3 Ciudad	
6.4 Pais		6.5 Tipo de Interm.			
7. CONDICIONES DE LA TRANSACCION					
7.1 Existe vinculación con el proveedor?		SI		NO	
7.2 Ha influido la vinculación en el precio de mercancías importadas?		SI		NO	
7.3 Existen pagos indirectos relativos a las mercancías?		SI		NO	
7.4 Existen cánones o derechos de licencia relativos a las mercancías importadas que Ud. este obligado a pagar directa o indirectamente como condición de venta?		SI		NO	
7.5 Está la venta condicionada por un acuerdo, según el cual una parte del producto de cualquier venta, cesión o utilización posterior de las mercancías importadas se revierte directa o indirectamente a su proveedor extranjero?		SI		NO	
7.6 Existen restricciones para la cesión o utilización de las mercancías por el importador, de acuerdo a lo señalado en el Artículo 1 del Acuerdo del GATT		SI		NO	
7.7 Depende de la venta o el precio, de condiciones o contraprestaciones en relación a las mercancías a valorar		SI		NO	
7.8 Puede determinarse el valor de las condiciones o contraprestaciones		SI		NO	
8. DETERMINACION DE LA TRANSACCION					
8.1 Base del Cálculo		8.2 Adiciones e importes no incluidos en 8.1 y a cargo del comprador			
8.1.1 Precio Factura		8.2.1 Comisiones, corretaje, salvo comisiones de compra			
8.1.2 Pagos indirectos, descuentos retroactivos, otros		8.2.2 Envases y embalajes			
Total 8.1		8.2.3 Bienes y servicios suministrados por el importador gratuitamente o a precio reducido y utilizados en la producción y venta de las mercancías importadas			
8.3 Deducciones; Importes incluidos en 8.1		8.2.4 Cánones y derechos de licencia			
8.3.1 Gastos de entrega posteriores a la importación		8.2.5 Producto de cualquier reventa, cesión o utilización posterior que revierte al proveedor extranjero			
8.3.2 Intereses		8.2.6 Gastos de entrega hasta el lugar de importación			
8.3.3 Asistencia técnica, armado, montaje, instalación, entrenamiento, gastos de construcción		8.2.7 Gastos de transporte hasta el lugar de embarque			
8.3.4 Derechos de Aduana y otros impuestos		8.2.8 Gastos de transporte desde el lugar de embarque al lugar de importación			
8.3.5 Otros gastos		8.2.9 Gastos de carga, descarga, manipulación			
Total 8.3		8.2.10 Gastos de seguro			
8.4 Valor en Aduana = 8.1 + 8.2 - 8.3		Total 8.2			
8.5 Tiene carácter estimativo o provisional los casilleros 8.2.4 y 8.2.5		SI NO			
9. DESAGREGACION DEL VALOR EN ADUANA					
9.1 FOB US\$		9.2 Flete US\$		9.3 Seguro US\$	
9.4 Otros US\$					
10. IDENTIFICACION Y FIRMA DEL DECLARANTE					
10.1 Nombre del Importador		10.2 Cargo		10.3 Fecha	
<p>Declaro bajo juramento que la información aquí suministrada es correcta y veraz, de acuerdo a las disposiciones legales vigentes. Conocer que cualquier infracción puede dar origen a sanciones legales y administrativas en la Ley Orgánica de Aduanas.</p>					
Firma Importador					

Anexo 5

MODELO DE CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento, el contrato de **COMPRAVENTA INTERNACIONAL** que celebran de una parte “xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx”, con RUC xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, debidamente representada por xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, en su calidad de **GERENTE** a quien en adelante se le denominará **EL VENDEDOR**; y de la otra parte, la empresa “xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx” debidamente representada por su gerente, xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, identificado con la C.I. xxxxxxxxxxxxxxxx, en adelante **EL COMPRADOR**, en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERA: Objetivo del Contrato.

Mediante el presente documento, las partes convienen en celebrar una Compraventa Internacional de Mercaderías, las cuales deberán cumplir con las condiciones siguientes:

MERCANCIA:

CANTIDAD:

FRECUENCIA:

CALIDAD:

ESPECIFICACIONES:

SEGUNDA:

El precio de la mercadería descrita en la cláusula anterior asciende a la suma de \$ xxxxxxxx dólares americanos por tonelada de Rosas

TERCERA: Condiciones de Entrega.

Las partes acuerdan que la venta pactada a través del presente contrato se hará en términos CIF

CUARTA: Tiempo de Entrega.

Las partes convienen en que la entrega de la mercadería objeto del presente contrato se realizará dentro de xxxxxxxxxx.

QUINTA: Forma de Entrega.

EL VENDEDOR se obliga hacer entrega de la mercadería objeto del presente contrato en el tiempo y lugar señalado en el mismo y cumpliendo con las especificaciones siguientes: xxx

La forma de transporte a utilizar será bajo la modalidad Marítima y la empresa encargada será xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.

SEXTA: Inspección de los bienes.

Las partes convienen en que la inspección de la mercadería será realizada antes del embarque y el lugar de la inspección será en la fábrica.

SÉPTIMA: Condiciones de Pago.

EL COMPRADOR se obliga al cumplimiento del pago del precio estipulado en la cláusula segunda bajo la modalidad de:

FORMA DE PAGO: Carta de Crédito Irrevocable.

PLAZO DE PAGO: 50% Momento del pedido y 50% a la entrega.

OCTAVA: Documentos.

EL VENDEDOR deberá cumplir con la presentación de los siguientes documentos:.....

NOVENA: Resolución del Contrato.

Las partes podrán resolver el presente contrato si se produce el incumplimiento de alguna de las obligaciones estipuladas en el presente contrato.

DÉCIMO: Ley Aplicable.

Las partes acuerdan que la ley para las obligaciones estipuladas en el presente contrato será la de la República del Ecuador.

DÉCIMO PRIMERA: Solución de Controversias.

Para los efectos del presente contrato, las partes contratantes señalan como sus domicilios los mencionados en la parte introductoria de este documento, sometiéndose ambas parte al arbitraje del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional de Ecuador, a cuyas normas y procedimientos se someten de manera voluntaria.

Firmado por duplicado, a los xxxxx días del mes de xxxxx del 20xx, en la ciudad de xxxxxxxxxxxx.

.....

EL VENDEDOR

xxxxxxxxxxxxxx

C.I. xxxxxxxxxxxxxx

.....

EL COMPRADOR

xxxxxxxxxxxxxx

C.I. xxxxxxxxxxxxxx